

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»



Затверджую

Голова Приймальної комісії

Ректор

Анатолій МЕЛЬНИЧЕНКО

24.06.2025 р.

дата

Інститут післядипломної освіти

Факультет менеджменту та маркетингу

ПРОГРАМА

фахового іспиту

для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра
за освітньо-професійною програмою підготовки бакалавра

«Промисловий маркетинг»

на основі вже здобутого ступеня бакалавра, магістра
(освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста)

за спеціальністю D5 Маркетинг

Програму ухвалено:

Вченою Радою ФММ

Протокол № 12 від 23 червня 2025 р.

Голова Вченої Ради ФММ

Марина КРАВЧЕНКО

ВСТУП

Програма фахового іспиту визначає форму організації, зміст та особливості проведення вступного фахового іспиту на освітньо-професійну програму підготовки бакалавра «Промисловий маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг.

Метою програми фахового іспиту для вступу на освітньо-професійну програму підготовки бакалавра «Промисловий маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг є перевірка набуття вступником компетентностей та результатів навчання, що необхідні для опанування відповідної освітньої програми.

Фаховий іспит проводиться у письмовій формі. Тривалість складає 90 хв. або 2 академічні години. Структура білету – 4 теоретичних питання.

Фаховий іспит проводиться в очній або дистанційній формі з використанням технологій дистанційного навчання «Google» та/або сервісу відеоконференцій «Zoom» з обов'язковою відеофіксацією процесу проведення іспиту.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ, ЯКИЙ ВІНОСИТЬСЯ НА ФАХОВИЙ ІСПИТ

Блок 1

Бізнес-комунікації

- Тема 1 Комунікації у бізнесі: поняття, роль, види, форми, процес
- Тема 2 Етичні аспекти бізнес-комунікацій
- Тема 3 Психологія бізнес-комунікацій
- Тема 4 Переговори: стратегії, динаміка, ведення, аналіз і виконання результатів
- Тема 5 Тактичні прийоми та умови успішного ведення переговорів
- Тема 6 Маніпуляція у переговорах
- Тема 7 Внутрішній PR: сутність, система, інструменти
- Тема 8 Письмові бізнес-комунікації
- Тема 9 Публічні виступи у бізнес-комунікаціях

Блок 2

Вступ в маркетинг

- Тема 1. Визначення маркетингу. Сучасні концепції та методики вивчення маркетингу.
- Тема 2. Історія розвитку маркетингу. Концепції маркетингової діяльності. Ключові терміни маркетингу.
- Тема 3. Законодавство, що регулює маркетингову активність. Етика маркетингової діяльності. Професійні асоціації в сфері маркетингу.
- Тема 4. Логіка та етапи планування маркетингової діяльності сучасного підприємства.
- Тема 5. Маркетинговий аналіз. Аналіз зовнішнього середовища. Ключові тренди сучасного маркетингу у світі. Воронка аналітики.
- Тема 6. Маркетинговий аналіз. Аналіз конкурентів.
- Тема 7. Поведінка споживачів. Споживчі та промислові ринки.

- Тема 8. Система маркетингової інформації. Первинна та вторинна інформація.
Тема 9. Маркетингова стратегія. Сегментування та позиціонування. Конкурентна поведінка.
Тема 10. Інструменти маркетингу. Товари та послуги.
Тема 11. Маркетингові комунікації. Традиційні та цифрові комунікації.

Блок 3

Статистика

- Тема 1. Предмет і методологічні засади статистики
Тема 2. Статистичне спостереження
Тема 3. Зведення і групування статистичних даних. Статистичні таблиці.
Тема 4. Статистичні показники
Тема 5. Вибірковий метод
Тема 6. Ряди динаміки. Аналіз інтенсивності та тенденції розвитку
Тема 7. Індекси
Тема 8. Перевірка статистичних гіпотез. Перевірка А/В тестів
Тема 9. Коефіцієнт кореляції Пірсона
Тема 10. Регресія та дисперсійний аналіз
Тема 11. Багатофакторний дисперсійний аналіз і коваріаційний аналіз.

Блок 4

Інфраструктура товарного ринку

- Тема 1. Характеристика товарного ринку та основні поняття.
Тема 2. Сутність та складові інфраструктури товарного ринку.
Тема 3. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку.
Тема 4. Оптова торгівлі.
Тема 5. Роздрібна торгівля.
Тема 6. Кредитно-фінансові установи
Тема 7. Логістична інфраструктура
Тема 8. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність.

Вступнику при написанні фахового іспиту забороняється використовувати будь-який допоміжний матеріал (довідники, електронні носії інформації тощо), окрім калькулятору.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бізнес-комунікації: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Промисловий маркетинг» / Укладач: Л.М. Шульгіна – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. – 151 с. – <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/52779>
2. Бізнес-комунікації : конспект лекцій / укладачі: Б. Л. Ковальов, А. В. Павлик, С. М. Федина. Суми : Сумський державний університет, 2020. 113 с.

3. Рахліс В., Павленко О. Переговори і медіація: підручник для підготовки професійного переговорника. Дніпро: Гудвін. 2020. 210с.
4. Хоменко О. В. Ефективні бізнес комунікації : Електронне навчальне видання для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньою програмою “Маркетинговий менеджмент” (англійською мовою) / О. В. Хоменко. Київ : Видавничий центр КНЛУ, 2023. 113 с.
5. Бойчук І. В., Дмитрів А. Я. Маркетинг промислового підприємства : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Міністерство освіти і науки України; Укркоопспілка ; Львівська комерційна академія. Київ : «Центр учбової літератури», 2020. 359 с.
6. Ілляшенко С. М. Вступ до спеціальності «Маркетинг»: навчальний посібник / Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Райко Д.В. Суми : Трирорія, 2020. 123 сторінки : рисунки, таблиці.
7. Ковальчук С.В. Маркетинг: навчальний посібник. Київ: Вид-во Європейського ун-ту, 2021. 358 с.
8. Котлер Ф. Основи маркетингу. Класичне видання / Ф. Котлер: пер. з англ. Київ.: «Діалектика», 2023. 622 с.
9. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
10. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навч. посіб. 4-те вид., перероб. і допов. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024. 360 с.
11. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
12. Копич І. М. Теорія ймовірностей та математична статистика : навчальний посібник / І.М. Копич, В.М. Сороківський, О.В. Кісілевич, О.С. Пенцак. Львів : Новий Світ-2000, 2020. 381 с.
13. Статистика: Навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для здоб. ступ. бакалавра за спец. 075 «Маркетинг» / уклад.: О. В. Черненко. Електронні текстові дані (1 файл: 21,5 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 135 с.
14. Інфраструктура товарного ринку. Навчальний посібник. 2-ге видання, доповнене і перероблене / Пилявець В.М. та ін. К. Каравела, 2024. 220 с.
15. Інфраструктура товарного ринку: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «Бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування» денної та заочної форми навчання / уклад. Калюжна О.В. Миколаїв. 2020. 79 с.
16. Бозуленко О.Я. Організація торгівлі: навч. посібн. / Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с

ПРИКЛАД ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТУ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»	
Освітній ступінь	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг
Дисципліна	Фахове вступне випробування
ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1	
1. Поясніть відмінності між вербальною та невербальною комунікацією в бізнес-середовищі. Наведіть приклади ефективного використання обох видів комунікації в діловому спілкуванні. 2. Охарактеризуйте поняття «маркетингове середовище». У чому полягає різниця між мікро- та макросередовищем маркетингу? Наведіть приклади факторів кожного з них. 3. Поясніть різницю між вибіркою та генеральною сукупністю. Яке значення має правильний вибір репрезентативної вибірки у статистичних дослідженнях? 4. Розкрийте суть поняття «інфраструктура товарного ринку». Які основні елементи входять до її складу та яку роль вони відіграють у забезпеченні ефективного функціонування ринку?	
Затверджено Декан факультету менеджменту та маркетингу	
 _____ Марина КРАВЧЕНКО	

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ І ПРИНЦИПИ ВИСТАВЛЕННЯ КІНЦЕВОЇ ОЦІНКИ

На фаховий іспит винесено три теоретичних питання та дві задачі. Час, відведений на написання, складає чотири академічних години (90 хв.). Фаховий іспит проводиться виключно у письмовій формі.

Критерії оцінювання теоретичного завдання:

Повна відповідь, обґрунтована думка, чітке, логічне викладання матеріалу тощо	25 балів
Допущені неточності, відповідь повна	24-20 балів
Допущені неточності, відповідь неповна	19-16 балів
Немає обґрунтування та існують неточності у відповіді	15-11 балів
Допущені неточності, неповна відповідь, немає обґрунтування	10-7 бал(ів)
Невірна або відсутня відповідь	0 балів

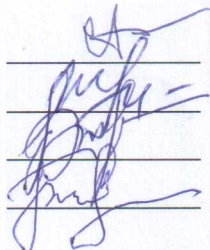
Загальна кількість балів за виконання фахового іспиту визначається шляхом підсумовування балів за виконання всіх його завдань. Максимальна кількість балів за всі відповіді складає 100 (4 завдання по 25 балів кожне).

Після цього оцінка за фаховий іспит перераховується з 100-бальної шкали у 200-бальну шкалу (див. табл.).

Таблиця відповідності оцінок РСО (60...100 балів)
оцінкам 200-бальної шкали (100...200 балів)

шкала PCO	шкала 100...200	шкала PCO	шкала 100...200	шкала PCO	шкала 100...200	шкала PCO	шкала 100...200
60	100	70	140	80	160	90	180
61	105	71	142	81	162	91	182
62	110	72	144	82	164	92	184
63	115	73	146	83	166	93	186
64	120	74	148	84	168	94	188
65	125	75	150	85	170	95	190
66	128	76	152	86	172	96	192
67	131	77	154	87	174	97	194
68	134	78	156	88	176	98	196
69	137	79	158	89	178	99	198
						100	200

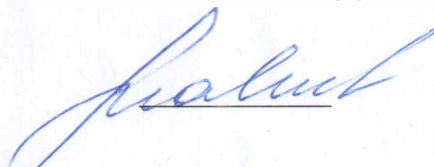
РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ІСПИТУ:



Сергій СОЛНЦЕВ, доктор фізико-математичних наук, професор
Жанна ЖИГАЛКЕВИЧ, доктор економічних наук, професор
Олена БОРИСЕНКО, кандидат економічних наук, доцент
Вадим СТАДНІЧЕНКО, кандидат економічних наук, доцент

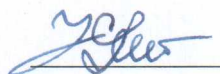
Програму фахового іспиту для вступу на освітньо-професійну програму підготовки бакалавра «Промисловий маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг рекомендовано кафедрою промислового маркетингу факультету менеджменту та маркетингу Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (протокол № 18 від 06.05.2025 р.)

Голова експертної комісії



Інна МАЛЮКОВА

Декан факультету менеджменту
та маркетингу



Марина КРАВЧЕНКО

Завідувач кафедри
промислового маркетингу
д.ф.-м.н., проф.



Сергій СОЛНЦЕВ