

**ЗРАЗОК ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТУ**  
**ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ**  
**НА НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ СТУПЕНЕМ**  
**«МАГІСТР»**

**ГАЛУЗІ ЗНАНЬ**  
**07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»**  
**ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»**  
**ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**  
**«МАРКЕТИНГ»**

**I. Розкрийте теоретичне питання (оцінюється максимум у 30 балів):**

Якими є методологічні принципи, дотримання яких забезпечує ефективність маркетингових досліджень?

**II. Розв'яжіть управлінську проблему:**

**Управлінська проблема 1** (оцінюється максимум у 35 балів).

Львівський «Золотий готель» був побудований більше 100 років тому. Готель знаходився у центрі міста, у місці зосередження великої кількості туристів та жителів міста, виділяючись своїм величним видом та розкішним фасадом. У 1992 році готель був приватизований, приміщення були перебудовані та модернізовані. Під товстим шаром штукатурки було виявлено оригінальні малюнки та розписи, знайшовся і герб готелю, який був позолочений і поміщений на колишнє місце, від чого зовнішній вигляд готелю став ще привабливішим. Щоб збільшити число номерів, нові власники надбудували ще один поверх, на якому з'явилися нові сучасні кімнати, оснащені всіма зручностями у євростилі. У готелі відкрили бар і ресторан, в коридорах і номерах з'явилися килими, мармурні сходи, відполіровані до блиску, а фітодизайнери щоденно створюють оригінальні композиції із свіжих квітів. В результаті старовинна будівля з вишуканим декором, зручно розташована у старій частині середньовічного міста, приваблює туристів та гостей Львова.

Вікна готелю виходять на головну вулицю міста, тому гості знаходяться в центрі всіх подій, які відбуваються у Львові. Всі основні культурні і адміністративні заклади, магазини і кав'ярні також розташовані поруч з готелем. Гарне транспортне сполучення дозволяє легко дістатись до готелю з будь якого куточка міста. Маркетингове дослідження діяльності конкурентів дозволило топ-менеджерам «Золотого Готелю» зібрати наступну інформацію: всім цим групам споживачів характерна одна загальна риса - вони готові платити високу ціну за високу якість. Крім того, всі вони знайомі з рівнем готельних послуг на Заході, тому можуть легко порівняти їх з аналогічними послугами, які надає «Золотий Готель», і дати свою оцінку співвідношенню «ціна-якість».

**Завдання:**

1. ....
2. ....

**Управлінська проблема 2** (оцінюється максимум у 35 балів):

Мета маркетингового дослідження компанії: «Дослідження конкурентоспроможності шоколадної продукції кондитерської фабрики «Конті» на українському ринку»

**Завдання:**

1. Сформулируйте перелік пошукових питань відповідно до мети дослідження, розробіть гіпотези.
2. Складіть анкету для опитування кінцевих споживачів на зазначеному ринку.

**ІІІ. Тестові завдання** (максимум за тестові завдання – 100 балів):

*Оберіть правильну відповідь:*

1. Торгівля через мережу магазинів виробника відноситься до каналів прямого маркетингу  
(має 2 б.).

- а) Так;
- б) Ні

2. ....(має 2 б.)

- а) Так;
- б) Ні

.....

13. Що є головною метою сегментації ринку (має 4 б.):

- а) поділ споживачів на групи для полегшеного доступу на ринок;
- б) виявлення груп споживачів, які мають однакові мотивації і схожу купівельну поведінку;
- в) розподіл споживачів на групи згідно організаційних, демографічних та географічних критеріїв;
- г) поділ споживачів на групи для можливого доступу до ринку.

14. ....(має 4 б.)

.....

27. Виправте визначення (має 6 б.):

Стратегія наслідування лідера – це спосіб взаємодії з конкурентами, за якого компанія наслідує сильні сторони стратегії лідера для підтримки або незначного укріплення своїх ринкових позицій.

.....

29. .... (має 6 б.)

---

**Критерії оцінювання:**

Максимальна кількість балів, яку можна набрати, правильно виконавши всі завдання – 200 балів.

1. Правильна та повна відповідь на теоретичне питання оцінюється в 30 балів.
2. Правильно розв'язана управлінська проблема № 1 оцінюється в 35 балів.
3. Правильно розв'язана управлінська проблема № 2 оцінюється в 35 балів.
4. Правильно виконані тестові завдання оцінюються в 100 балів.