

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**



**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

**Голова Приймальної комісії  
Ректор Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка**

**Губерський Л.В.**

**ПРОГРАМА ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ З ФАХУ**

**на здобуття ступеня вищої освіти – магістр**

**Освітній рівень – магістр**

**Галузь знань – 07 Управління та адміністрування**

**Спеціальність – 073 «Менеджмент»**

**Освітньо-професійна програма – «Менеджмент організацій охорони здоров'я»**

**Київ – 2020**

**ІНСТИТУТ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ****«УХВАЛЕНО»****Науково-методичною радою Інституту  
післядипломної освіти****протокол № 2 від 05 лютого 2020 року****Голова НМК**  
**проф. Ткаченко Н.В.****ПРОГРАМА ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ З ФАХУ****на здобуття ступеня вищої освіти – магістр****Освітній рівень – магістр****Галузь знань – 07 Управління та адміністрування****Спеціальність – 073 «Менеджмент»****Освітньо-професійна програма – «Менеджмент організацій охорони здоров'я»****Гарант програми****С.Г. Фірсова****Київ – 2020**

Вступне випробування з фаху для конкурсного відбору вступників до Інституту післядипломної освіти Київського національного університету імені Тараса Шевченка у 2020 році для здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 073 «Менеджмент» на заочну форму навчання складається зі ста тестових завдань. Кожна правильна відповідь оцінюється у 2 бали. Кожна неправильна відповідь оцінюється у 0 балів.

Максимальна кількість балів складає 200 балів.

Мінімальна кількість балів, що дає право вважати вступне випробування успішним повинна становити не менше 100 балів.

Час відведений на іспит складає 120 хв.

## ЗМІСТ

1. ВСТУП.....	4
2. ЗМІСТ ПРОГРАМИ.....	5
2.1 Менеджмент .....	5
2.2. Основи кадрового менеджменту .....	7
2.3. Основи маркетингу .....	9
2.4. Інвестування.....	11
3. Зразок білета вступного випробування .....	13

## 1. ВСТУП

Вступні випробування мають за мету з'ясувати рівень засвоєння теоретичних знань абітурієнтів, оцінити їх аналітичні здібності та навички, що відповідають вимогам підготовки бакалавра з фінансів та виявити достатність рівня підготовки до навчання в магістратурі на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 073 «Менеджмент».

**Метою** вступного іспиту до магістратури є формування контингенту студентів, найбільш здібних до успішного опанування дисциплін означеної спеціальності, шляхом оцінки знань та навичок абітурієнтів за напрямками професійно-орієнтованої діяльності бакалавра.

**Вимоги до здібностей і підготовленості вступників.** Вступники повинні мати вищу освіту, вільно володіти державною мовою, мати здібності до оволодіння знаннями та навичками в галузі фундаментальних та професійно орієнтованих економічних дисциплін.

**Характеристика змісту програми вступного іспиту.** Іспит має комплексний характер і базується на провідних навчальних дисциплінах, що формують знання та уміння бакалавра і визначають рівень його кваліфікації. Програма іспиту є міждисциплінарною, охоплює основну проблематику навчальних дисциплін, що вивчають студенти в межах навчального плану освітнього рівня «бакалавр» і включає модулі:

Модуль 1. Менеджмент

Модуль 2. Основи кадрового менеджменту

Модуль 3. Основи маркетингу

Модуль 4. Інвестування

Основними критеріями при оцінюванні знань студента під час іспиту виступають: знання навчального матеріалу дисципліни; вміння виділяти істотні положення навчальної дисципліни; вміння формулювати конкретні положення навчальної дисципліни; вміння застосовувати теоретичні знання для аналізу конкретних економічних ситуацій та вирішення прикладних проблем.

Порядок проведення вступних випробувань визначається «Правилами прийому до Київського національного університету імені Тараса Шевченка».

Формою проведення вступного іспиту до магістратури зі спеціальності освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 073 Менеджмент, освітня програма «Менеджмент організацій охорони здоров'я» є письмовий іспит.

## 2. ЗМІСТ ПРОГРАМИ

### 2.1. МЕНЕДЖМЕНТ

#### 2.1.1 Теоретичні аспекти управлінської діяльності

Поняття менеджменту. Характеристика законів менеджменту. Поняття та еволюція загальних принципів управління. Сучасний погляд на визначення організації в суспільстві та економіці. Середовище існування організації. Сутність та класифікація управлінських рішень. Процес прийняття рішень. Фактори, які впливають на процес прийняття рішень.

Поняття функцій менеджменту та їх роль в управлінні. Загальні функції менеджменту: планування, організація взаємодії, мотивація, контроль. Сутність планування, його види та взаємозв'язок. Види планів та основних документів в плануванні організації. Сутність і зміст функції організації взаємодії. Особливості організаційних структур на сучасному етапі. Класифікація організаційних структур управління. Принципи та правила побудови структури управління організацією. Поняття мотивації та класифікація мотиваційних теорій (змістовні та процесуальні). Поняття та зміст контролю в менеджменті. Види і періодичність проведення контролю в організації. Процес контролю та етапи його здійснення.

#### 2.2.2. Практика менеджменту

Поняття і загальна характеристика комунікацій. Інформація, її види та роль у менеджменті. Комунікаційний процес: його ключові складові, взаємозв'язок між ними та етапи здійснення. Перешкоди в комунікаційних каналах. Напрями удосконалення інформаційної системи менеджменту.

Сутність та організація управлінської праці. Поняття та рівні менеджерів. Сутність та класифікація методів управління. Суть процесу керівництва, його характеристика. Характеристика підходів до лідерства. Сучасні теорії лідерства та їх зміст.

Поняття та види конфліктів. Причини конфліктів. Сутність управління конфліктом на його діагностика. Методи і форми управління конфліктами. Сутність та основні параметри організаційних змін. Моделювання процесу організаційних змін. Опір змінам.

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Peter F. Drucker, Joseph A. Maciariello. Management. Revised Edition. HarperCollins e-books. 2008. 603 p.
2. Білорус Т.В., Горбась І.М. Менеджмент: практикум. К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2014. 471 с.
3. Менеджмент: підручник / [Т. Л. Мостенська та ін.]; Нац. ун-т харч. технологій, Нац. авіац. ун-т. 2-ге вид. К.: Кондор, 2013. 756 с.
4. Менеджмент: питання та відповіді: навч. посіб. для дистанц. навчання / Гуткевич С. О. [та ін.]; [заг. ред. проф. Мошека Г.Є.]. Харків: Діса плюс, 2016. 940 с.

5. Менеджмент: навч. посіб. для екон. спец. закл. вищ. освіти / [Н.С. Краснокутська та ін.]; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків: Друкарня Мадрид, 2019. 230 с.

6. Менеджмент організацій: навч. посіб. / Марта Оліховська, Любов Лелик, Володимир Оліховський; Львів. ін-т приват. акціонер. т-ва "ВНЗ "Міжрегіон. Акад. упр. персоналом", Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів: Ліга-Прес, 2018. 370 с.

7. Менеджмент: навч. посіб. для здобувачів ступеня вищ. освіти бакалавра спец. "Менеджмент" / Д. Т. Бікулов [та ін.]; Запоріз. нац. ун-т. Запоріжжя: Запоріз. нац. ун-т, 2017. 359 с.

8. Менеджмент : навч. посіб./ Муромець Н. Є., Мирошніченко Ю. В., Корсаков Д. О. ; Харків. торг.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. Харків: Мезіна В. В., 2017. 322 с.

9. Менеджмент. Базовий курс: навч. посіб. / Ю. В. Герасименко, О. Г. Підвальна ; Вінниц. нац. аграр. ун-т. Вінниця: Консоль, 2017. 255 с.

10. Менеджмент організацій: теорія та практика: навч. посіб. / Л. Ф. Кожушко, Т. О. Кузнецова; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. Рівне: НУВГП, 2016. 396 с.

11. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1992. 702 с.

12. Міждисциплінарний словник з менеджменту: Навч. посіб. [колективне видання] за ред. Д. М. Черваньов, О. І. Жилінська. К. : Нічлава, 2011. 624 с.

13. Туленков М. В. Сучасні теорії менеджменту: Навч. посіб. К.: Каравела, 2007. 304 с.

14. <http://www.management.com.ua/>

15. <http://www.business-inform.net/>; <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ru/archive>

## **2.2. ОСНОВИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

### **2.2.1. Основи кадрового менеджменту**

Управління персоналом як сфера професійної діяльності: зміст та напрями розвитку в умовах становлення нової економіки. Методи управління персоналом: сутність та сфера застосування. Служба управління персоналом: структура, функції, завдання, роль у формуванні конкурентоспроможного персоналу. служби персоналу. Зміст, завдання та механізм реалізації стратегії й політики управління персоналом організації.

Сутність та зміст кадрового планування. Управлінські технології пошуку та залучення кандидатів на вакантні посади, збирання та аналізу інформації про кандидатів на вакантні посади.

### **2.2.2. Процес управління персоналом організації**

Сутність, соціально-економічне значення і завдання розвитку персоналу як засобу забезпечення конкурентоспроможності працівників та підприємства (організації). Вибір методів і форм навчання. Сутність, напрями, етапи та моделі реалізації кар'єри. Створення й підготовка кадрового резерву.

Процедура оцінювання та атестації персоналу. Управління процесом вивільнення персоналу.

Інноваційні персонал-технології Передумови використання, форми, види та переваги аутсорсингу. Технологія взаємодії лізингодавця та лізингоотримувача щодо задоволення тимчасової потреби у персоналі. Переваги зайнятості на умовах аутстафінгу для різних категорій персоналу. Наукові підходи до обґрунтування економічної доцільності залучення персоналу за допомогою аутсорсингу, лізингових відносин та виведення персоналу зі штату організації. Сутність та показники організаційної, економічної та соціальної ефективності управління персоналом.

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управління персоналом. Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 468 с.
2. Менеджмент персоналу : практикум / [В.М.Петюх, Б.Г.Базиліюк, О.О.Герасименко та ін.]; за наук. ред. канд. екон. наук, доц. О.О.Герасименко; Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана", Ін-т бізнес-освіти. Київ: КНЕУ, 2014. 380 с.
3. Міждисциплінарний словник з менеджменту / За ред. Д.М.Черваньова, О.І.Жилінської. К.: Нічлава, 2011. 624 с.
4. Управління персоналом : підручник / [В.М.Данюк, А.М.Колот, Г.С.Суков та ін.] К.: КНЕУ, 2013. 666 с.
5. Управління персоналом : підручник / Шубалий О. М. [та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. Шубалого О. М.; Луц. нац. техн. ун-т. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. 403 с.
6. Управління персоналом: підруч. для студентів ВНЗ / Л. М. Залюбінська, М. Л. Скорик ; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, Ін-т математики, економіки та механіки. Одеса: ОНУ, 2016 . Ч. 1. 2016. 250 с.
7. Управління персоналом: підруч. для студентів ВНЗ / Л. М. Залюбінська, М. Л. Скорик .Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, Ін-т математики, економіки та механіки. Одеса: ОНУ, 2016. Ч. 2. 2017. 558 с.
8. Управління персоналом: навч.-метод. посіб. / [уклад.: Дяків О. П., Островерхов В. М.]; Тернопіл. нац. екон. ун-т. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 287 с.
9. Управління персоналом підприємства: навч. посіб. для студентів ВНЗ спец. "Менеджмент організацій і адміністрування" / О. М. Криворучко, Т. О. Водолажська; Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. Харків: ХНАДУ, 2016. 200 с.
10. <http://ekadrovik.mcfr.ua/>
11. <http://kadrovyk.com.ua/>
12. <https://hrliga.com/>

## 2.3. ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

### 2.3.1. Теоретичні засади маркетингової діяльності

Концепції управління маркетингом за Ф.Котлером. Сутність і структура

маркетингового середовища підприємства. Фактори і показники маркетингового макро- та мікросередовища підприємства. Методи збирання первинної маркетингової інформації.

#### **2.4.2. Практичні аспекти маркетингової діяльності**

Поняття маркетингової товарної політики. Структура маркетингової товарної політики. Рівні товару: ієрархія купівельної цінності. Сутність та класифікація товарів широкого вжитку та виробничого призначення.

Класифікація цін. Фактори, які впливають на ціноутворення. Класифікація маркетингових стратегій ціноутворення.

Поняття і характеристики каналу розподілу. Функції каналу розподілу. Фактори вибору прямого каналу розподілу або опосередкованого збуту. Види посередників в каналах розподілу.

Сутність комплексу маркетингових комунікацій. Елементи моделі процесу маркетингових комунікацій.

#### **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

1. Міждисциплінарний словник з менеджменту: навч. посіб. / за ред. Д. М. Черваньова, О. І. Жилінської. К.: Нічлава, 2011. 624 с.
2. Фірсова С. Г. Маркетинг: навч. посіб. ЖДУ ім. І. Франка, 2013. 324 с.
3. Фірсова С.Г. Маркетинг: практикум. Навч. посібник. К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2011. – 287 с.
4. Kotler P. Principles of Marketing / P. Kotler, G. Armstrong, V. Wong, J. Saunders. – London. 2014. – 1020 p.
5. Kotler P. Lateral Marketing: New Techniques for Finding Breakthrough Ideas / P. Kotler, F. Trias de Bes. – JonhWiley&Sons. Inc., 2003 – 224 p.
6. Білорус Т.В., Фірсова С.Г. Менеджер-ерудит: навч. посібник. К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. Випуск 2: Маркетинг. 50 с.
7. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: Підручник / за ред. А.О. Старостіної. К. : Знання, 2009. 1071 с.
8. Маркетинг : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення / А. Ф. Бондаренко, В. П. Гордієнко, О. О. Дутченко. Суми: Сумський державний університет, 2018. 99 с.
9. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [монографія] за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В. Карпенко. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 252 с.
10. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: підруч. / А. О. Старостіна. К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. 480 с.
11. Фірсова С. Г. Еволюція маркетингової теорії : український вимір / С. Г. Фірсова, І. А. Мельник // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. Випуск 4/2. Т. 18. 2013. С. 163-167.
12. Kotler P. Marketing 3.0 : From Productsto Customersto the Human Spirit / P. Kotler, Н. Kartajaya, I. Setiawan. JonhWiley&Sons. Inc., Hoboken, New Jersey, 2010. 190 p.
13. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: [монографія]



/ авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна та ін. за заг. ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: «Астропринт», 2017. 292 с.

14. Iliashenko S.M., Strielkowski W. (eds.). Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds. Prague, 2018. 296 pages.

15. Ossik Yu.I., Borbasova Z.N., Prokopenko O.V., Valeeva V.Z. Marketing of innovations & Innovational marketing: teaching manual for students of economic majors. Karaganda KarSU Publ., 2017. 136 p.

16. Маркетинг в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>

17. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://uam.in.ua/>

## 2.4. ІНВЕСТУВАННЯ

### 2.4.1. Теоретичні та організаційно-економічні основи інвестування

Необхідність вивчення основ інвестування, його роль і місце в економіці країни. Суб'єкти інвестиційних процесів. Види та форми інвестицій. Фінансові, реальні, інноваційні та інтелектуальні інвестиції. Прямі та портфельні, їх особливості та застосування в економіці. Особливості залучення іноземних інвестицій. Інноваційна форма інвестування. Інтелектуальні інвестиції та їх об'єкти. Інвестиційний проект: сутність, види, фази проектування та особливості застосування.

### 2.4.2. Практичні аспекти здійснення та обґрунтування доцільності інвестицій

Концепція вартості грошей в часі. Застосування різних моделей нарахування відсотків. Проста та схеми нарахування відсотків. Компаундування та дисконтування грошових потоків. Статичні та динамічні методи обґрунтування реальних інвестицій.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18 вересня 1991 р. № 1560-XII // Відомості Верховної Ради України. 1991. № 47. Ст.646. С. 1351–1359.

2. Боярко І. Інвестиційний аналіз: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 400 с.

3. Дука А.П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: Навч. посіб. К.: Каравела, 2008. 424 с.

4. Інвестування. Практикум : навч. посіб. для студ. економ. спец. / Овчаренко Т. С., Степанова А. А. К.: Аграр Медіа Груп, 2017. 418 с.

5. Інвестування: підручник / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. І. Крупки; Л. : ЛНУ ім. Івана Франка, 2014. 452 с.

1. Інвестування: тренінг / [Т. В. Майорова та ін.] ; за заг. ред. канд. екон. наук, доц. Т. В. Майорової ; К. : КНЕУ, 2014. 128 с.

2. Інвестування: підручник (модул. варіант) / [Ільчук В. П. та ін.] ; керівник авт. кол. і наук. ред. проф. Ільчук В. П. ; Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2014. 355 с.
3. Інвестування підприємств України: навч. посіб. / [Федоренко В. Г. та ін. ; за ред. В. Г. Федоренка, М. П. Денисенка] ; Ін-т підготов. кадрів держ. служби зайнятості України. К. : ДКС Центр, 2013. 223 с.
4. Інвестиційний менеджмент: навч. посіб. для студентів ВНЗ, які навчаються за екон. напрямками підгот. / Редзюк Є. В. Київ : НАКККіМ, 2014. 287 с.
5. Майорова, Т. В. Інвестиційна діяльність: навчальний посібник. К. : ЦУЛ, 2003. 376 с.
6. Мертенс А.В. Инвестиции. К. : Киев. инвестиц. агенство, 2003. 234с.
7. Черваньов Д.М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств.: Навч. Посіб. К.: Знання-Прес, 2003.
8. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади : монографія. Х. : ІНЖЕК, 2004. 488 с..
9. Fisher, I., (1930), The Theory of Interest, Macmillan, New York, 1930. 268 p.
10. Haavelmo Trygve, A Study in the Theory of Investment, 1960. 381 p.
11. Haugen, Robert A, Modern Investment Theory (5th Edition) 5th Edition, 2000. 656 p.
12. Really K. Investments. New York: The Dryden Press, 1992. 672 p.

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
**Проректор з науково-педагогічної**  
**роботи \_\_\_\_\_ В.А. Бугров**  
**«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 р.**

**Зразок екзаменаційного білета**  
**вступних випробувань для здобуття освітнього ступеня магістра**  
**за спеціальністю 073 – «Менеджмент»**  
**освітньою програмою «Менеджмент організацій охорони здоров'я»**

**Критерії оцінювання**

Максимальна кількість балів, яку можна набрати, правильно виконавши всі завдання – **200 балів**, а саме:

Екзаменаційний білет складається зі ста завдань.

Кожна правильна відповідь оцінюється у 2 бали.

Кожна неправильна відповідь оцінюється у 0 балів.

<b>ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ</b>	
<b>1.</b>	<i>До мікросередовища організації відноситься:</i> а) працівники і технологія; б) політичні та економічна ситуація; в) споживачі та конкуренти; г) правильної відповіді не має.
<b>2.</b>	<i>За характером управлінської ситуації рішення поділяються на:</i> а) загальні та часткові; б) організаційні та компромісні; в) інтуїтивні та раціональні; г) поточні та перспективні.
<b>3.</b>	<i>Сукупність факторів, які визначають сформоване співвідношення попиту, пропозиції, рівня цін, конкуренції та обсягів реалізації на інвестиційному ринку або відповідному сегменті інвестиційного ринку називається:</i> а) фактори прямого впливу на інвестиційний ринок; б) фактори непрямого впливу на інвестиційний ринок; в) кон'юнктура інвестиційного ринку; г) макроекономічні інструменти інвестиційного ринку.
<b>4.</b>	<i>Усі види грошових та інших активів підприємства, які можуть бути використані для здійснення інвестиційної діяльності називаються:</i> а) фінансові ресурси; б) інвестиційні ресурси; в) джерела фінансування інвестицій; г) форми фінансового забезпечення капіталовкладень.
<b>5.</b>	<i>Інвестори - це суб'єкти інвестиційної діяльності, які:</i>

	<p>а) приймають рішення про вкладення власних коштів в об'єкти інвестування;</p> <p>б) приймають рішення про вкладення власних, позичкових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування;</p> <p>в) забезпечують реалізацію інвестицій, виступаючи у ролі кредиторів;</p> <p>г) приймають рішення про вкладення коштів на підставі доручення кредитора.</p>
<b>6.</b>	<p><i>Відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність» забороняється інвестування в об'єкти:</i></p> <p>а) створення і використання яких не відповідає вимогам санітарно-гігієнічних, радіаційних, екологічних та інших норм, встановлених законодавством України;</p> <p>б) порушує права та інтереси громадян і юридичних осіб, що охороняються законом;</p> <p>в) порушує інтереси держави;</p> <p>г) положення, зазначені у пунктах а- в.</p>
<b>7.</b>	<p><i>Вкажіть, яке визначення поняття «ринок» найчастіше використовують у маркетингу:</i></p> <p>а) магазин, де продають товари;</p> <p>б) сукупність людей, які бажають і можуть придбати певний товар;</p> <p>в) будь-яке місце, де покупець може придбати товар;</p> <p>г) підприємства, які мають товар для продажу.</p>
<b>8.</b>	<p><i>Оберіть правильну відповідь. «Ключовим моментом маркетингу є обмін, який означає...»:</i></p> <p>а) задоволення споживачів;</p> <p>б) задоволення покупців;</p> <p>в) задоволення постачальників;</p> <p>г) взаємовигідну угоду між покупцем і продавцем.</p>
<b>9.</b>	<p><i>Кінцевий стан, якого організація прагне досягнути в майбутньому – це:</i></p> <p>а) ціль;</p> <p>б) план;</p> <p>в) завдання;</p> <p>г) стратегія.</p>
<b>10.</b>	<p><i>Визначте, яка основна розбіжність між потребами і бажаннями:</i></p> <p>а) потреба виникає тоді, коли у людини існує фізіологічне відчуття нестачі чого-небудь, а бажання формується під впливом характеристик споживача;</p> <p>б) потреби більш вагомі ніж бажання;</p> <p>в) бажання більш вагомі ніж потреби;</p> <p>г) потреби впливають, а бажання не впливають на маркетинг.</p>
<b>11.</b>	...
<b>100.</b>	...