

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор

_____ Руслан МИГУЩЕНКО

«_____» _____ 2022 р.

ПРОГРАМА

кваліфікаційного іспиту

за освітньою програмою першого, бакалаврського рівня освіти:

«ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Харків 2022

ЗМІСТ

Економіка торгівлі.....	4
Організація торгівлі.....	8
Світовий ринок товарів та послуг.....	24
Товарознавство.....	26
Маркетинг.....	34
Критерії оцінювання.....	40

АНОТАЦІЯ

Метою фахових випускних випробувань є комплексна перевірка знань випускників, які вони отримали в результаті вивчення циклу дисциплін, передбачених освітньо-професійною програмою та навчальними планами у відповідності з освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр».

Випускні випробування охоплюють перелік фахових дисциплін: економіка торгівлі, товарознавство, технічне регулювання, організація торгівлі, маркетинг, економіка торгівлі, світовий ринок товарів та послуг, товарознавство, маркетинг.

Студент повинен знати основні питання товарознавства, технічного регулювання, організації торгівлі, маркетингу, економіки торгівлі, світового ринку товарів та послуг, фінансів, логістики.

Програма кваліфікаційного випробування для конкурсного відбору вступників до НТУ «ХП» (далі - Університет) для здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» побудована за синтетичним міжпредметним принципом і складається з окремих розділів, кожен з яких інтегрує матеріал певного функціонального спрямування.

Метою програми для здійснення підсумкового іспиту випускників Університету для здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» є виявлення рівня засвоєних знань та вмінь, визначених галузевими стандартами вищої освіти для фахівців освітнього ступеня «бакалавр», що навчалися за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Програма охоплює теоретичні і прикладні питання, що в рамках Освітньо-професійної програми підготовки бакалавра визначають наявність у випускника здібностей виконувати функції, визначені Освітньо-кваліфікаційною характеристикою бакалавра.

Організація кваліфікаційного випробування здійснюється відповідно до положення про «Положення про організацію освітнього процесу в НТУ «ХП».

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Економіка торгівлі

ТЕМА 1. Торгівля як галузь національної економіки та вид економічної діяльності

Економічна природа торгівлі, її основні функції.

Торгівля як сфера підприємницької діяльності.

Роль та ефективність торгівлі в національній економіці.

ТЕМА 2. Основні види та форми торгівлі

Класифікація видів та форм торгівлі.

Міжнародна та зовнішня торгівля.

Оптова торгівля та посередництво.

Роздрібна торгівля.

ТЕМА 3. Суб'єкти господарювання в торговельній галузі

Типи та види суб'єктів господарювання в торгівлі.

Зовнішнє середовище функціонування підприємств торгівлі. Ринкові механізми регулювання їх діяльності.

Державне регулювання торговельної діяльності.

Внутрішнє середовище та зміст процесу управління торговельним підприємством.

ТЕМА 4. Роздрібний товарооборот

Роздрібний товарооборот як макроекономічний показник.

Роздрібний товарооборот – результативний показник діяльності суб'єктів підприємницької діяльності. Сутність, значення та склад.

Зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на обсяг та склад роздрібногo товарообороту. Маркетингова політика торговельного підприємства.

Вихідні передумови та обґрунтування плану товарообороту роздрібногo торговельного підприємства.

ТЕМА 5. Оптовий товарооборот

Сутність та склад оптового товарообороту.

Фактори, що визначають розмір та склад оптового товарообороту.

Вихідні передумови та обґрунтування плану товарообороту оптового підприємства.

ТЕМА 6. Товарні ресурси та товарне забезпечення

Сутність та значення товарних ресурсів.

Товарні запаси: сутність, значення та види.

Система факторів, що обумовлюють розмір, склад і швидкість обертання товарних запасів. Закупівельна політика торговельних підприємств
Вихідні передумови та обґрунтування плану товарного забезпечення обороту торговельних підприємств.

Управління товарними запасами в торговельних підприємствах.

ТЕМА 7. Кадровий потенціал торговельного підприємства

Характеристика кадрового потенціалу підприємств торгівлі.

Ефективність використання кадрового потенціалу торговельного підприємства

Матеріальне стимулювання праці персоналу підприємств торгівлі.

Система планування праці на підприємствах торгівлі.

ТЕМА 8. Майновий потенціал торговельного підприємства та джерела його фінансування

Поняття та склад майнового потенціалу торговельного підприємства.
Активи та капітал.

Необоротні активи: сутність, склад, оцінка та ефективність використання в торговельних підприємствах.

Оборотні активи: сутність, склад та ефективність руху.

Характеристика джерел фінансування активів. Власний та позиковий капітал

ТЕМА 9. Витрати підприємств торгівлі

Сутність й особливості формування витрат у торговельних підприємствах. Довгострокові та поточні витрати.

Класифікація поточних витрат.

Фактори, що впливають на розмір та рівень поточних витрат.

Обґрунтування планового розміру та рівня поточних витрат у підприємствах торгівлі.

ТЕМА 10. Доходи та прибуток

Сутність та види доходів підприємств торгівлі. Торговельні надбавки.

Особливості ціноутворення в торговельних підприємствах. Цінова політика підприємств та фактори, що на неї впливають.

Прибуток підприємств торгівлі, джерела формування та напрями використання.

Рентабельність як показник ефективності господарювання на рівні суб'єктів торговельного бізнесу.

Основи управління прибутком торговельних підприємств.

ТЕМА 11. Конкуренентоспроможність та ефективність діяльності підприємств торгівлі

Конкуренентоспроможність підприємств торгівлі: сутність та система оцінки.

Ефективність діяльності торговельного підприємства: сутність та система оцінки.

Оцінка фінансового стану підприємств.

Основи управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств.

ТЕМА 12. Інвестиції як джерело розвитку суб'єктів підприємницької діяльності

Розвиток як об'єктивна умова довгострокового існування торговельного підприємства: напрями та фактори.

Джерела розвитку підприємств торгівлі. Інвестиції: сутність, види та ефективність.

Інноваційний розвиток підприємств торгівлі: сутність та основні напрями.

ТЕМА 13. Техніко-економічне та фінансове обґрунтування бізнес-проектів

Бізнес-проекти: сутність та види.

Бізнес-план як документ обґрунтування проектів розвитку підприємств торгівлі.

Зміст та обґрунтування основних розділів бізнес-плану

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Сутність поняття «торгівля», її виникнення та генезис. Функції торгівлі в економічному середовищі. Економічні та соціальні завдання торгівлі.

2. Роздрібний товарооборот: поняття, форми, фактори розвитку і показники, що його визначають..

3. Сутність поняття «товаропостачання роздрібною торговельною мережі». Основні вимоги і завдання раціональної організації товаропостачання роздрібною торговельною мережі

4. Поняття і класифікація витрат обігу торговельного підприємства

5. Основні поняття економічної ефективності: результат, ефект, ефективність.

6. Теоретичні основи організації внутрішньої торгівлі. Організаційна структура сфери торгівлі та характеристика її основних складових елементів.

7. Поняття і класифікація витрат обігу торговельного підприємства

8. Асортиментна політика підприємства роздрібною торгівлі і методичні основи формування асортименту товарів.

9. Вибір джерел і форм товаропостачання роздрібною торговельною мережі.

10. Показники, які характеризують витрати обігу.

11. Показники ефективності господарської і комерційної діяльності торговельних підприємств.

12. Характеристика товарних запасів і основні етапи їх формування.

13. Організація і технологія зберігання і підготовки товарів до продажу.

14. Управління товарним забезпеченням роздрібного товарообороту.
15. Фактори зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, які впливають на суму і рівень витрат обігу.
16. Соціальна ефективність, її характеристика і методика оцінки.
17. Ресурсний потенціал торговельного підприємства
18. Товарооборот оптової торгівлі, його сутність, види, економічна характеристика.
19. Виставки контрактного характеру та порядок закупівлі товарів на них. Місце товарних бірж і аукціонів в оптовій закупівлі споживчих товарів. .
20. Доходи торговельного підприємства
21. Особливості підготовки до продажу товарів різних груп. Загальні і спеціальні операції підготовки товарів до продажу в магазині.
22. Зміст та основні етапи проведення аналізу оптового товарообороту
23. Прибуток торговельного підприємства
24. Показники ефективності господарської і комерційної діяльності торговельних підприємств.
25. Основи визначення економічної доцільності створення роздрібного торговельного підприємства. Визначення точки беззбитковості та точки мінімальної рентабельності підприємства роздрібною торгівлі.
26. Товарне забезпечення оптового товарообороту, його характеристика і методика аналізу
27. Зміст договорів купівлі-продажу та поставки товарів. Порядок укладення договору поставки.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Балджи, М. Д. Економіка та організація торгівлі: навч. посібник / М. Д. Балджи, І. А. Допіра, В. О. Однолько. Київ : Кондор, 2017. [Електронний підручник]
2. Марцин В.С. Економіка торгівлі : підручник / В.С. Марцин [Електронний підручник]
3. Шабуня О.Н. Экономика торговли: учебно-методический комплекс/ О.Н.Шабуня.- Минск:БГАТУ, 2017. – 136с. [Електронний підручник]
4. Економіка та організація торгівлі: курс лекцій / Л.О. Болтянська, Ю.О.Прус, М.А.Терещенко – Мелітополь: Люкс, 2021. – 162 с. [Електронний ресурс]
5. Економіка та організація торговельних підприємств: практикум. Навч. посібник / М.В. Семикіна, Л.Д. Запирченко, С.С. Матієнко та ін. / За наук. ред. д.е.н., проф. Семикіної М.В. Кропивницький: Видавець Лисенко В.Ф., 2020. [Електронний підручник]

6. Економіка торговельного підприємства: навч. посіб. / Н.А. Мазур, І.В. Семенець, І.А. Лопашук. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. [Електронний підручник]
7. Підприємництво і торгівля : навч. посібник / Ю. В. Волинчук [та ін.]; заг. ред.: Л. Л. Ковальська, І. В. Кривов'язюк ; ЛНТУ. – Київ : Кондор, 2018.
8. Внутрішня торгівля України: монографія / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко та ін.. К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 864 с.
9. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності. Затверджено Наказом Міністерства економіки України 02.03.10 № 226 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/ME02094.html

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Організація торгівлі

Тема 1. Сутність, функції і завдання організації торгівлі

Сутність поняття «торгівля», її виникнення та генезис. Функції торгівлі в економічному середовищі. Економічні та соціальні завдання торгівлі. Місце торгівлі в економічній системі.

Дисципліна «Організація торгівлі» як окрема галузь знань, її місце в економічних науках. Сутність і зміст поняття «організація торгівлі». Організація торгівлі як структура і як процес. Взаємозв'язок і нерозривність понять «організація і технологія торгівлі», «організація та управління торгово-технологічними процесами». Предмет дисципліни «Організація торгівлі».

Завдання дисципліни з формування цілісної системи знань, умінь та навиків у системі підготовки фахівців з напрямку «Економіка і підприємництво» за спрямуванням «Товарознавство і торговельне підприємництво».

Методологія дисципліни, її основні методи. Зв'язок дисципліни із суміжними науками.

Тема 2. Організаційна та функціональна структура торгівлі

Теоретичні основи організації внутрішньої торгівлі. Організаційна структура сфери торгівлі та характеристика її основних складових елементів. Типологія організацій торгівлі. Організаційні форми торгівлі. Торговельні одиниці та підприємство як первинні елементи організаційної структури торгівлі. Організаційно-правові форми підприємств торгівлі в умовах ринкової економіки. Функціональна структура торгівлі. Роздрібна та оптова торгівля як основні її складові. Соціальні форми торгівлі і перспективи їх

розвитку в умовах ринкових відносин. Інноваційний розвиток торгівлі як важлива передумова ефективного функціонування сфери товарного обігу.

Тема 3. Організаційні основи функціонування роздрібно́ї торгівлі

Сутність, зміст і особливості роздрібно́ї торгівлі. Завдання і функції роздрібно́ї торгівлі в умовах ринкових відносин. Необхідність створення конкурентного середовища в роздрібно́ї торгівлі.

Схеми функціональної моделі торговельного обслуговування населення. Модель стандартного торговельного обслуговування населення. Модель індивідуального торговельного обслуговування населення.

Роздрібні торговельні підприємства та організації, їх види й функції. Юридичний статус підприємств роздрібно́ї торгівлі. Роздрібні торговельні підприємства та торговельні одиниці. Організаційно-правові форми підприємств роздрібно́ї торгівлі.

Умови і порядок створення роздрібно́го торговельного підприємства. Основи визначення економічної доцільності створення роздрібно́го торговельного підприємства. Визначення точки безбитковості та точки мінімальної рентабельності підприємства роздрібно́ї торгівлі. Основи чинного порядку реєстрації та отримання дозвільних документів на право торговельної діяльності в роздрібно́ї торгівлі.

Організаційна структура роздрібно́го торговельного підприємства. Функції основних підрозділів роздрібно́го торговельного підприємства.

Корпоративні, добровільні мережі магазинів, торгові конгломерати та інші види об'єднань в роздрібно́ї торгівлі.

Програма розвитку внутрішньої торгівлі України на період до 2012 року – базовий документ Уряду щодо створення цивілізованих каналів роздрібно́го продажу товарів і формування сучасної сфери торговельного обслуговування населення.

Тема 4. Організаційна побудова і розвиток роздрібно́ї торговельної мережі

Роздрібна торговельна мережа – важлива складова інфраструктури споживчого ринку та її соціально-економічне значення.

Завдання розвитку роздрібно́ї торговельної мережі та підвищення її ролі в торговельному обслуговуванні населення. Класифікація та види торговельних об'єктів, їх характеристика і роль у торговельному обслуговуванні покупців. Основні види об'єктів роздрібно́ї торговельної мережі магазини, павільйони, кіоски, торговельні намети (палатки), автомагазини та їх характеристика.

Магазини – основний вид об'єктів роздрібно́ї торговельної мережі. Класифікація магазинів. Торгові і технологічні функції магазинів. Функції

управління та господарського обслуговування магазинів з правами юридичної особи.

Типізація магазинів, її сутність і значення. Спеціалізація магазинів: її сутність, значення та форми. Номенклатура типів магазинів. Типи міських і сільських магазинів. Перспективні типи магазинів. Сучасні проблеми типізації магазинів у роздрібній торгівлі.

Торговельні та торговельно-розважальні центри: їх особливості, види, стан та перспективи розвитку.

Особливості об'єктів дрібно-роздрібно-торговельної мережі.

Ефективність функціонування роздрібно-торговельної мережі. Показники, які характеризують стан розвитку та ефективність використання роздрібно-торговельної мережі.

Визначальні фактори розвитку роздрібно-торговельної мережі в умовах ринкової економіки. Механізм формування структури роздрібно-торговельної мережі та її територіального розміщення в населених пунктах України та у країнах із розвинутою ринковою економікою.

Планування розвитку торговельної мережі. Методичні підходи щодо визначення потреби в торговельних об'єктах, їх спеціалізації та вибору місця розташування на території населеного пункту. Основні принципи територіального розміщення різних видів і типів торговельних об'єктів.

Стан розвитку роздрібно-торговельної мережі в Україні. Основні напрями удосконалення структурно-територіальної організації роздрібно-торговельної мережі. Тенденції розвитку роздрібно-торговельної мережі в країнах із розвинутою ринковою економікою.

Тема 5. Будова, улаштування і проектування роздрібних торговельних об'єктів

Класифікація будівель магазинів. Типи будівель, споруд, в яких розміщуються магазини. Вимоги до улаштування магазину. Архітектурно-будівельні, технологічні та економічні вимоги щодо торгових будівель і споруд. Конструктивні елементи торгових будівель і технологічні вимоги щодо них.

Вимоги щодо улаштування будівель магазинів. Характеристика загальнотехнічних улаштувань магазинів. Об'ємно-планувальні і конструктивні рішення будівель магазинів.

Склад і взаємозв'язок приміщень магазинів. Основні вимоги щодо складання схеми технологічного планування магазину. Склад (перелік), функції, технологічний взаємозв'язок приміщень магазинів, які торгують продовольчими товарами. Склад (перелік), функції, технологічний взаємозв'язок приміщень магазинів, які торгують непродовольчими товарами. Вимоги щодо будови і розташування адміністративно-побутових приміщень магазину, приміщень для приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу.

Улаштування і планування торговельної зали магазину. Технологічні планування приміщень магазину та визначальні фактори їх вибору. Основні види торгово-технологічного обладнання магазинів.

Будова, технологічне планування торговельної зали, вимоги щодо них. Основні варіанти технологічного планування торговельної зали. Особливості технологічного планування торговельних залів магазинів самообслуговування. Особливості улаштування і технологічного планування окремих груп неторгових приміщень магазину. Особливості об'ємно-планувальних та конструктивних рішень приміщень магазинів, які використовують тару-обладнання.

Основні види торгово-технологічного обладнання роздрібних торговельних об'єктів. Торгові меблі. Торговий інвентар. Торгове холодильне обладнання. Торгове вимірювальне обладнання. Реєстратори розрахункових операцій. Вибір торгового обладнання для оснащення магазинів.

Дизайн магазину та його атмосфера. Інтер'єр і рекламно-інформаційне оформлення магазину.

Оцінка і техніко-економічні показники ефективності використання будівлі, приміщень магазину. Техніко-економічні показники ефективності використання торговельної площі магазину.

Основи проектування будівель роздрібних торговельних об'єктів. Проектування ділянки забудови магазинів. Особливості проектування дрібнороздрібних торговельних об'єктів.

Тема 6. Організація торгово-технологічного процесу в магазині

Зміст торгово-технологічного процесу в магазині. Торгові (комерційні) та технологічні операції в магазині. Основні та допоміжні операції торгово-технологічного процесу в магазині. Завдання раціональної організації торгово-технологічного процесу в магазині. Фактори, які впливають на організацію торгово-технологічного процесу в магазині.

Поняття, класифікація, роль вивчення попиту населення в роздрібній торгівлі. Вплив факторів на формування попиту населення. Методи вивчення попиту населення на підприємствах роздрібно торгівлі.

Поняття про торговий асортимент і завдання щодо його формування. Формування асортименту товарів у різних типах магазинів, його оцінка та регулювання.

Складові частини технологічного процесу в різних видах роздрібних торговельних об'єктів. Структура технологічного процесу магазину, принципи його організації. Основні схеми організації технологічного процесу в магазинах. Схеми організації технологічного процесу магазину, який працює з використанням тари-обладнання.

Організація виконання основних і допоміжних операцій технологічного процесу в магазині. Організація і технологія розвантажування транспортних засобів і внутрішньо-магазинного транспортування товарів у магазинах.

Організація процесів приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу. Організація і технологія приймання за кількістю та якістю товарів у магазині. Особливості приймання у магазині товарів, що надійшли в тарі-обладнанні. Організаційно-технічні заходи щодо удосконалення процесу приймання товарів у магазинах.

Організація і технологія зберігання і підготовки товарів до продажу. Організація і технологія зберігання товарів у магазині. Вимоги щодо розміщування товарів на зберігання. Особливості зберігання окремих груп продовольчих і непродовольчих товарів у магазині. Особливості підготовки до продажу товарів різних груп. Загальні і спеціальні операції підготовки товарів до продажу в магазині.

Розміщення і викладка товарів у торговельній залі магазину. Організація і технологія розміщування та викладання товарів у торговельній залі. Завдання, вимоги і принципи розміщування товарів у торговельній залі магазину. Особливості розміщування товарів у магазинах самообслуговуванні. Викладання товарів. Вимоги і принципи викладання товарів на торговому обладнанні і в тарі-обладнанні. Способи, прийоми, системи викладання товарів. Особливості розміщування та викладання окремих груп продовольчих і непродовольчих товарів.

Механізація та автоматизація технологічних процесів у магазинах. Місце і роль механізації роздрібної торгівлі в транспортно-технологічній схемі руху товарів. Стан технічного оснащення і механізації в торгівлі.

Система показників оцінки рівня механізації та автоматизації в магазинах. Стадії механізації та автоматизації.

Структурні схеми торгово-технологічного процесу магазину – основа для розробки оптимальної схеми механізації різних видів робіт. Розробка проекту технічного оснащення магазину. Вибір типів обладнання, машин і механізмів на основі приблизних норм технічного оснащення магазинів. Система машин для роздрібних торговельних об'єктів.

Управління торгово-технологічними процесами і наукова організація праці у магазинах. Сутність управління торгово-технологічними процесами на підприємствах роздрібної торгівлі. Система і об'єкти оперативного управління. Типові функції управління торгово-технологічним процесом в масштабі роздрібного торговельного підприємства. Завдання управління торгово-технологічним процесом магазину. Основні риси торгово-технологічного процесу магазину як об'єкта управління.

Організація управління операціями технологічного процесу магазину. Техніка й технологія управління. Управління потоками покупців у магазині.

Організація праці в роздрібному торговельному підприємстві. Режим роботи і умови праці в магазині.

Організація матеріальної відповідальності в магазині. Розподіл праці в магазині за технологічним принципом. Удосконалення організації і обслуговування робочих місць - важливий напрямок наукової організації праці.

Технологічне проектування і регламентація операцій торгово-технологічного процесу в магазині. Методи дослідження операцій торгово-технологічного процесу в магазині. Структурно-технологічні схеми підготовки товарів до продажу у магазині. Карти організації праці. Технічні засоби управління торгово-технологічним процесом. Роль комп'ютерної техніки в автоматизації управління підприємством роздрібною торгівлі. Системи штрихового кодування та автоматизованого збору даних і їх місце в системах управління магазинами. Засоби автоматизованої ідентифікації та обробки інформації штрихового кодування. Види скануючої апаратури. АСУ товаропросуванням із застосуванням технологій штрихового кодування.

Тема 7. Організація продажу товарів і обслуговування покупців у магазинах

Суть, завдання і значення раціональної організації операцій торговельного обслуговування покупців у магазині. Типові елементи процесу роздрібного продажу товарів. Форми і методи роздрібного продажу товарів. Методи роздрібного продажу товарів у магазинах та перспективи їх розвитку. Фактори, які впливають на вибір методу роздрібного продажу товарів.

Організація продажу товарів і обслуговування покупців. Організація і технологія продажу товарів з індивідуальним обслуговуванням покупців та умови його ефективного застосування.

Прогресивні методи продажу товарів. Самообслуговування як один з найбільш ефективних методів роздрібного продажу товарів і обслуговування покупців.

Організація і технологія продажу товарів за методом самообслуговування та умови його ефективного застосування. Принципи організації продажу товарів за методом самообслуговування. Повне і часткове самообслуговування. Технологічна схема процесу продажу товарів за методом самообслуговування. Організаційно-технологічні заходи з впровадження самообслуговування і його ефективного застосування. Особливості організації процесу продажу товарів і праці робітників торговельної зали магазинів самообслуговування. Організація матеріальної відповідальності і забезпечення збереження товарів у торговельній залі магазину самообслуговування.

Організація відпуску та розрахунків за товари. Організація роботи розрахункових вузлів. Технічні операції, пов'язані з відпуском товарів покупцям. Упакування товарів і вручення покупки покупцям. Розрахунок за товари. Схема планування робочого місця контролера-касира в магазині самообслуговування. Раціональні прийоми роботи контролера-касира. Суть, техніка виконання операцій за тандемним методом, триплекс-методом. Правила і техніка продажу окремих продовольчих і непродовольчих товарів. Зарубіжний досвід організації роботи магазинів самообслуговування та його використання у практиці торгівлі України.

Організація продажу товарів у магазинах за зразками. Організація продажу товарів за замовленням покупців як додатковий канал продажу товарів магазином.

Методи стимулювання збуту товарів і послуг. Методи активізації продажу товарів у магазинах. Мерчандайзинг як ефективний спосіб стимулювання імпульсного попиту. Рекламна та інформаційна робота підприємств роздрібної торгівлі. Екстер'єр та інтер'єр магазину. Основні рекламні засоби. Засоби внутрішньомагазинної інформації.

Додаткові послуги магазинів у процесі торговельного обслуговування. Роль послуг, які надаються покупцям у магазинах, у забезпеченні конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Класифікація торговельних послуг та їх характеристика. Організація надання окремих видів торговельних послуг. Зарубіжний досвід щодо надання послуг покупцям.

Тема 8. Позамагазинні форми торговельного обслуговування

Позамагазинні форми роздрібного продажу товарів: їх роль у створенні конкуренції, класифікація і види.

Продаж товарів через мережу дрібнороздрібних торговельних об'єктів. Організація продажу товарів у дрібнороздрібній торговельній мережі. Місце дрібнороздрібної торговельної мережі у загальній системі торговельного обслуговування населення. Характеристика торговельних об'єктів дрібнороздрібної торговельної мережі: пункти некапітальної забудови, засоби пересувної мережі. Організація продажу товарів і обслуговування покупців в об'єктах дрібнороздрібної торговельної мережі.

Роздрібний продаж товарів через торгові автомати. Особливості продаж⁷ товарів через торговельні автомати.

Організація пересувної торгівлі. Поняття пересувної торгівлі, її види. Сутність і технічні засоби для організації пересувної (розвізної і розносної) пересувної торгівлі. Особливості формування асортименту товарів в автомагазинах. Організація роботи автомагазинів. Організація і технологія продажу товарів та обслуговування покупців у автомагазинах.

Продаж товарів за замовленнями. Організація продажу товарів за замовленнями покупців в Україні та у країнах із розвинутою ринковою економікою. Продаж товарів вдома у покупців.

Поняття та види ярмарків з роздрібного продажу товарів, порядок їх проведення. Поняття та види базарів, основи їх організації.

Нові форми позамагазинного продажу товарів. Продаж товарів у системах мережевого маркетингу. Типи прямого роздрібного продажу товарів: за каталогами, за допомогою телебачення, комп'ютера. Особистий продаж товарів через торгових агентів вдома у покупців, на робочому місці та ін.

Особливі форми роздрібного продажу товарів. Комісійна торгівля непродовольчими товарами. Правила комісійної торгівлі непродовольчими

товарами. Продаж товарів у кредит і в розстрочку (на виплату). Роздрібні аукціони.

Посилкова торгівля. Загальні засади організації посилкової торгівлі. Основні торговельні системи в посилковій торгівлі. Системи «Товари - поштою», «Книги - поштою», «Скриня» та ін. Особливості продажу і розрахунків за товари в системах посилкової торгівлі.

Електронна торгівля. Мережа Інтернет як основа електронної торгівлі. Інтерактивна електронна торгівля: зарубіжний досвід. Зарубіжний досвід розвитку глобальної роздрібно торгівлі через мережу Інтернет та стан її розвитку в Україні. Особливості формування асортименту товарів у системах електронної торгівлі. Організація показу товарів у електронному магазині. Організація замовлення товарів, доставка і розрахунки за товари у системах електронної торгівлі.

Організація торгівлі на ринках. Суть та особливості торгівлі на ринках, її роль та соціально-економічне значення. Класифікація підприємств ринків: види, матеріально-технічна база, організація роботи і обслуговування покупців. Загальні вимоги до організації роботи ринків в Україні. Правила торгівлі на ринках. Особливості організації роботи продовольчих і непродовольчих ринків. Концепція вдосконалення функціонування ринків з продажу продовольчих та непродовольчих товарів.

Тема 9. Норми і правила торговельного обслуговування

Порядок здійснення торговельної діяльності. Основний зміст нормативних актів, які регулюють торговельну діяльність.

Основні правила роботи магазинів, дрібнороздрібно торговельної мережі, фірмових магазинів, магазинів-салонів. Основні правила роздрібно торгівлі окремими видами товарів. Правила продажу основних груп продовольчих і непродовольчих товарів. Правила обміну товарів у непродовольчих магазинах. Правила продажу непродовольчих товарів у розстрочку. Правила торговельного обслуговування населення.

Правила застосування реєстраторів розрахункових операцій. Порядок застосування реєстраторів і проведення розрахункових операцій в роздрібних торговельних об'єктах. Правила використання засобів вимірювання у торговельних об'єктах.

Вітчизняний та зарубіжний досвід захисту прав та інтересів споживачів. Захист прав споживачів у торгівлі. Гарантії прав споживачів щодо якості товарів, послуг в торгівлі. Правила і порядок повернення та/або обміну товарів. Положення про книгу відгуків і пропозицій.

Культура торгівлі та показники її рівня. Поняття культури торгівлі та її складові. Складові елементи культури торгівлі. Культура торгівлі і фактори, що її обумовлюють. Культура обслуговування покупців. Якість торговельного обслуговування покупців. Основні показники якості торговельного обслуговування. Якість торговельного обслуговування покупців і конкурентоспроможність підприємства роздрібно торгівлі.

Основні елементи, що формують «рівень обслуговування покупців». Система показників та методика оцінки рівня торговельного обслуговування покупців у магазині.

Державний та громадський контроль за виконанням нормативних актів щодо забезпечення належного торговельного обслуговування населення. Контроль діяльності підприємств торгівлі. Органи державного контролю діяльності підприємств торгівлі. Органи захисту прав споживачів у системі контролю за діяльністю підприємств торгівлі. Організація перевірок та інспектування діяльності роздрібних торговельних об'єктів в Україні.

Тема 10. Організаційні основи діяльності підприємств оптової торгівлі

Сутність понять «оптова торгівля», «посередницька діяльність», «оптовий посередник», «оптовий торговий посередник». Визначальні фактори необхідності і подальшого розвитку оптових торгових та інших посередників, їхні функції.

Сутність і завдання оптової торгівлі в умовах соціально-орієнтованої ринкової економіки. Об'єктивні основи, характерні особливості, закономірності, тенденції і принципи розвитку оптової торгівлі. Стан розвитку оптової торгівлі спожитковими товарами в Україні та у країнах із розвинутою ринковою економікою.

Роль оптових підприємств у доведенні товарів від виробників до споживачів на внутрішньому і зовнішніх ринках. Особливості оптових торгових посередників із повним і обмеженим циклом обслуговування. Послуги, які надають оптові торговельні посередники роздрібним торговцям та іншим партнерам.

Оптові торговельні підприємства, їх економічні, організаційні та юридичні ознаки. Види оптових підприємств, їх класифікація і роль в процесі товаропросування.

Перспективні типи підприємств оптової торгівлі.

Торгові та технологічні функції оптових підприємств. Організаційна структура і роль організаційних підрозділів оптових підприємств у забезпеченні їх торгово-технологічного процесу. Зміст основних, допоміжних, обслуговуючих операцій оптових підприємств.

Оптові організації, їх види та функції. Особливості формування та діяльності оптових організацій в умовах ринкових відносин.

Напрями перспективного розвитку підприємств оптової торгівлі. Глобалізація оптової торгівлі: зарубіжний досвід. Основні напрями реформування оптової ланки в Україні: створення оптових продовольчих ринків і нових видів оптових торгових посередників, розширення кола їх функцій та послуг товаровиробникам і оптовим покупцям.

Державне регулювання розвитку оптової торгівлі в Україні та шляхи його удосконалення.

Тема 11. Організація оптових закупівель і продажу товарів та їх документальне оформлення

Сутність, мета і принципи організації закупівельної роботи. Підготовка до оптових закупівель товарів.

Організація закупівлі товарів. Джерела оптових закупівель і постачальники товарів, їх вивчення і обґрунтування вибору. Методика вибору постачальників на основі експертної оцінки. Досвід зарубіжних фірм щодо пошуку постачальників товарів і методики їх вибору, організації закупівлі товарів і роботи з їх постачальниками.

Форми оптових закупівель товарів. Прямі та опосередковані господарські зв'язки в системі закупівель товарів: особливості та визначальні фактори їх вибору. Оптові закупівлі товарів на ярмарках. Види оптових ярмарків та порядок їх проведення. Оптові закупівлі товарів за прямими зв'язками.

Виставки контрактного характеру та порядок закупівлі товарів на них. Місце товарних бірж і аукціонів в оптовій закупівлі споживчих товарів. Аукціонна торгівля на оптових ринках сільськогосподарської продукції.

Договірні відносини при оптових закупівлях товарів. Законодавчо-нормативна база, що регулює взаємовідносини постачальників товарів та оптових покупців: Господарський кодекс України, Міжнародні правила «Інкотермс» та ін.

Зміст договорів купівлі-продажу та поставки товарів. Договір поставки товарів та порядок його укладення.

Форми оптового продажу товарів та фактори, що впливають на їх вибір. Організація оптового продажу товарів на оптових торговельних підприємствах. Методи оптового продажу товарів з підприємств оптової торгівлі.

Особливості продажу товарів у дрібно-оптових складах-магазинах традиційного типу і складах-магазинах самообслуговування (типу «Cash and Carry»).

Тема 12. Складська мережа

Поняття складу. Елементи складського господарства. Роль складів у процесі товаропросування, їх класифікація і види.

Основні види складських будівель і технологічні вимоги до їх улаштування. Номенклатура типів складів. Відкриті, напіввідкриті і закриті склади. Закриті склади як основний вид складських будівель.

Види складських приміщень (зон), їх взаємозв'язок і технологічні планування. Структура і призначення приміщень загальнотоварних і спеціальних складів. Улаштування й планування загальнотоварних складів. Улаштування й планування спеціальних складів.

Обладнання складів як елемент складського господарства. Основні види обладнання складів підприємств оптової торгівлі. Роль, вимоги, основи

класифікації, характеристика найбільш розповсюджених видів технологічного обладнання для зберігання і пакування товарів на складах, підйомно-транспортного обладнання, ваговимірального і фасувального обладнання.

Основи проектування загальнотоварних і спеціальних складів. Методичні підходи щодо визначення потреби у складах та їх розміщення. Методики розрахунку потреби в складській площі і місткості складів. Методика розрахунку площі приміщень загальнотоварного складу. Основні положення проектування генерального плану розвитку складського комплексу оптового торговельного підприємства.

Особливості роботи нових видів складів: консигнаційних, складів-магазинів самообслуговування, митних, загального користування, складів готельного типу, гарантійного зберігання та інших.

Показники ефективності використання складів. Показники, що характеризують стан розвитку та ефективність використання складського господарства. Стан розвитку складської мережі в торгівлі України. Зарубіжний досвід розвитку складської мережі. Основні напрями розвитку та підвищення ефективності використання складської мережі в торгівлі України.

Тема 13. Організація технологічних процесів і праці на складах

Сутність складського технологічного процесу, його завдання і складові частини. Принципова схема руху товарного потоку на складі, схема організації технологічного процесу на загальнотоварному складі. Фактори, які впливають на організацію складського технологічного процесу, принципи його раціональної організації. Складові елементи технологічного процесу на складах та принципи його раціональної організації.

Організація виконання операцій технологічного процесу загальнотоварних і спеціальних складів. Надходження товарів на склади оптових підприємств. Способи доставки товарів на склад. Організація і технологія розвантажування транспортних засобів на складі. Способи розвантажування транспорту. Технологія переміщення товарів у експедицію або до місця приймання. Управління вантажно-розвантажувальними і транспортними операціями на складах.

Завдання раціональної організації приймання товарів за кількістю та якістю. Основні елементи процесу приймання товарів. Особливості організації приймання вітчизняних та імпортованих товарів.

Організація і технологія приймання товарів на складах за кількістю: підготовча робота, порядок приймання товарів. Документальне оформлення приймання товарів за кількістю. Організація і технологія приймання товарів на складах за якістю та його документальне оформлення.

Організація зберігання товарів на складі. Завдання організації раціональної технології розміщування і укладання товарів у зонах зберігання. Принципи та схеми розміщування товарів на складі. Індексція місць

зберігання. Технологія переміщення і укладання товарів на місця зберігання. Техніка зберігання. Способи та умови зберігання окремих товарів на складах. Пакувальний спосіб зберігання - умова індустріалізації складського технологічного процесу. Переваги і недоліки застосування стелажного, штабельного способів укладання товарів на зберігання.

Заходи щодо збереження товарів на складі. Управління рухом і зберіганням товарів на складі.

Порядок комплектування партій товарів і їх відпуск зі складу. Суть і завдання раціональної організації і технології відбору товарів на складі і підготовки їх до відпускання. Схема організації документально-інформаційного потоку з відпускання товарів зі складу.

Організація і технологія відбору, підсортування, комплектування, упакування та відпускання товарів зі складу. Способи і методи відбору товарів з місць зберігання, особливості їх застосування на окремих складах. Підготовка товарів до відпускання. Роль тари-обладнання та сучасних підйомно-транспортних механізмів у складській технології, умови їх ефективного використання. Схеми укладання товарів у тару-обладнання.

Організація і технологія відпускання товарів безпосередньо зі складу. Документальне оформлення відпускання товарів зі складу. Організація і технологія роботи експедиції з відпускання товарів з оптового підприємства.

Механізація та автоматизація технологічних процесів на складах оптових підприємств.

Управління торгово-технологічними процесами і організація праці на складах. Суть управління торгово-технологічними процесами на складах. Прийоми, методи, технічні засоби управління. Системи оперативного управління. Завдання управління торгово-технологічними процесами складу. Організація управління операціями технологічного процесу на складі. Технологічні карти організації складських процесів. Зарубіжний досвід організації технологічного процесу на складах і його використання у практиці торгівлі України.

Організація праці на складах підприємств оптової торгівлі і шляхи підвищення її ефективності. Розподіл і кооперація праці. Форми організації праці та форми матеріальної відповідальності на складах. Суть і основні напрямки наукової організації праці на складах оптових підприємств.

Тема 14. Організація і технологія товаропостачання роздрібною торговельною мережею

Сутність поняття «товаропостачання роздрібною торговельною мережею». Основні вимоги і завдання раціональної організації товаропостачання роздрібною торговельною мережею в умовах ринкових відносин.

Визначальні фактори організації системи товаропостачання роздрібною торговельною мережею та її ефективності.

Форми і методи товаропостачання. Транзитна і складська форми товароруку. Ланковість товароруку та шляхи її скорочення. Вибір джерел і

форм товаропостачання роздрібною торговельною мережі. Організація товаропостачання роздрібних торговельних об'єктів, що входять до складу корпоративної торговельної мережі та інших видів об'єднань. Організація товаропостачання торговельних об'єктів, що належать фізичним особам-підприємцям.

Використання матеріалів вивчення попиту для обґрунтування замовлень на поточне завезення товарів. Організація подання замовлень на завезення товарів у магазини.

Організація завезення товарів у роздрібні торговельні підприємства. Способи (методи) доставляння товарів. Організація і технологія централізованої доставки товарів (ЦДТ). Переваги централізованого доставляння товарів. Організаційно-технічне забезпечення впровадження ЦДТ. Маршрути і графіки завезення товарів: види, технологія проектування. Методика розрахунку інтервалу, частоти та розміру партій завезення товарів, обсягу вантажообороту і потреб у автомобілях при маятниковому і кільцевому маршрутах.

Організація і технологія децентралізованого завезення товарів зі складів оптових підприємств.

Технологія товаропостачання. Проектування транспортно-технологічних схем товаропостачання, їх технічне забезпечення. Прогресивні технологічні схеми товаропостачання. Індустріальна схема товаропостачання на базі використання тари-обладнання. Технологія завантажування товарів на транспортні засоби.

Управління товаропостачанням роздрібною торговельною мережі. Удосконалення управління транспортно-технологічним процесом товаропостачання роздрібною торговельною мережі.

Тема 15. Організація перевезень торговельних вантажів і транспортно-експедиторського обслуговування

Управління транспортом. Роль Міністерства транспорту та зв'язку України в розвитку транспортного комплексу та у координації перевезення товарів різними видами транспорту. Загальні основи планування перевезення товарів.

Транспортно-експедиторське обслуговування підприємств торгівлі. Роль і завдання оптимізації транспортно-експедиційного обслуговування (ТЕО) торгівлі. Складові елементи ТЕО торгівлі. Логістичні центри та їх роль в організації перевезення товарів.

Сутність, принципова схема технологічного процесу транспортно-експедиційного обслуговування торгівлі автомобільним транспортом. Класифікація автомобільних перевезень.

Вимоги щодо автомобільного транспорту з позицій торгівлі. Сучасний стан, структура парку автомобільного транспорту в Україні. Класифікація автотранспортних засобів, які використовуються для перевезень торговельних вантажів.

Організація перевезень товарів автомобільним транспортом в сучасних умовах. Організація перевезень товарів власним транспортом торговельних підприємств. Організація перевезень торговельних вантажів транспортом загального користування.

Порядок укладання договорів на перевезення товарів автомобільним транспортом. Порядок організації замовлення транспорту. Організація і технологія навантажувально-розвантажувальних робіт під час автомобільних перевезень. Документальне оформлення перевезення торговельних вантажів автомобільним транспортом. Оплата автомобільних перевезень. Показники ефективності роботи автотранспорту.

Організація і технологія перевезень товарів залізничним транспортом. Класифікація залізничних перевезень. Організація залізничних перевезень торговельних вантажів в Україні в сучасних умовах. Технологія виконання транспортно-експедиторських операцій на залізничному транспорті. Документальне оформлення перевезення торговельних вантажів залізничним транспортом. Оплата залізничних перевезень торговельних вантажів.

Особливості організації і технології перевезень товарів водним транспортом, їх документальне оформлення та оплата. Особливості організації перевезення товарів авіаційним транспортом.

Контейнерні і пакетні перевезення торговельних вантажів, їх переваги, недоліки, проблеми впровадження.

Перевезення торговельних вантажів і завдання їх оптимізації. Транспортна логістика, її предмет і завдання.

Тема 16. Організація і технологія тарних операцій в торгівлі

Роль і функції тари й упаковки в організації торгово-технологічних процесів і товаропросування. Основні вимоги до тари.

Класифікація тари. Основні види тари, перспективи їх використання в Україні. Вимоги щодо тари для різних продовольчих і непродовольчих товарів. Функції споживчої, транспортної тари, тари-обладнання. Перспективні види тари.

Уніфікація й стандартизація тари, її маркування. Якість тари та критерії її визначення. Категорії якості основних найбільш розповсюджених видів тари.

Тарне господарство в торгівлі, умови його раціональної організації. Організація тарних операцій у торгівлі. Нормативно-правова база організації тарних операцій в торгівлі. Основні нормативні документи, що регламентують порядок організації товарообігу. Правила застосування, обігу і повернення засобів упаковки багаторазового використання в Україні. Правила повторного використання дерев'яної, картонної тари і паперових мішків в Україні. Документальне оформлення обороту тари.

Зміст, особливості здійснення тарних операцій в торгівлі. Технологія виконання операцій з тарою у підприємствах торгівлі. Техніка розкриття окремих видів тари. Приймання, зберігання і повернення тари. Розрахунки і

матеріальна відповідальність при операціях з тарою.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Основні принципи організації торгівлі як складної економічної системи
2. Організаційна структура сфери торгівлі
3. Види суб'єктів господарсько-торговельної діяльності
4. Торговельні підприємства, їх види.
5. Роль магазинів у торговельному обслуговуванні покупців.
6. Основні функції магазинів.
7. Спеціалізація магазинів, її форми.
8. Типізація магазинів у сучасних умовах.
9. Принципи раціонального розміщення магазинів у містах.
10. Особливості побудови та розміщення сільської торговельної мережі.
11. Склад і взаємозв'язок приміщень у магазині.
12. Технологічне планування торговельного залу.
13. Основні технологічні операції при прийманні товарів у магазині.
14. Основні технологічні операції при зберіганні та підготовці товарів до продажу.
15. Технологія розміщення і викладання товарів у торговельному залі магазину.
16. Основні схеми технологічного процесу в магазині, їх характеристика.
17. Система основних елементів, що визначають рівень обслуговування покупців у магазині.
18. Класифікація і характеристика форм роздрібного продажу товарів.
19. Самообслуговування – провідна форма продажу товарів.
20. Порядок здійснення торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення.
21. Роль і функції оптової торгівлі в ринково-орієнтованій системі господарських відносин.
22. Типи оптових підприємств, їх класифікація і характеристика.
23. Роль складів у процесі товароруку.
24. Класифікація складів.
25. Принцип внутрішнього планування загальнотоварних складів.
26. Показники, що характеризують стан розвитку та ефективність використання складського господарства.
27. Принципи раціональної організації складського технологічного процесу.
28. Організація і технологія операцій з надходження і приймання товарів на складах.

29. Організація і технологія розміщення, укладання і зберігання товарів на складах.
30. Організація і технологія відпуску товарів зі складу.
31. Сутність процесу формування товарного запасу на підприємствах торгівлі.
32. Управління товарними запасами.
33. Роль тари в організації торговельно-технологічних процесів, перевезень та зберігання товарів.
34. Упаковка і тара: поняття, функції, класифікація і характеристика.
35. Стандартизація тари.
36. Напрями раціональної організації праці на складах.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова:

1. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Рудницький С.І., Хом`як Ю.М. Організація торгівлі: Підручник. 3-ге видання., перероб. та доп. Київ. Центр учбової літератури, 2009. [Електронний підручник] <https://www.twirpx.com/file/339551/>
2. Балджи, М. Д. Економіка та організація торгівлі: навч. посібник / М. Д. Балджи, І. А. Допіра, В. О. Однолько. Київ : Кондор, 2017. [Електронний підручник]
3. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підручник. – 2-ге вид., перероб. та доп. Київ. Київ. нац. торг.-економ. Ун-т. 2012. – С. 680.
4. Марцин В.С. Економіка торгівлі : підручник / В.С. Марцин [Електронний підручник]
5. Шабуня О.Н. Економіка торгівлі: учебно-методический комплекс/ О.Н.Шабуня.- Минск:БГАТУ, 2017. – 136с. [Електронний підручник]
6. Економіка та організація торгівлі: курс лекцій / Л.О. Болтянська, Ю.О.Прус, М.А.Терещенко – Мелітополь: Люкс, 2021. – 162 с. [Електронний ресурс]
7. Економіка та організація торговельних підприємств: практикум. Навч. посібник / М.В. Семикіна, Л.Д. Запирченко, С.С. Матієнко та ін. / За наук. ред. д.е.н., проф. Семикіної М.В. Кропивницький: Видавець Лисенко В.Ф., 2020. [Електронний підручник]
8. Економіка торговельного підприємства: навч. посіб. / Н.А. Мазур, І.В. Семенець, І.А. Лопашук. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. [Електронний підручник]

Допоміжна:

9. Апопій В. В., Міщук І. П., Рудницький С. І., Хом`як Ю. М. Теорія та практика торговельного обслуговування : навч. посіб. для студ. внз. –Київ: Центр навч. літератури, 2019. – 492 с.

10. Підприємництво і торгівля : навч. посібник / Ю. В. Волинчук [та ін.]; заг. ред.: Л. Л. Ковальська, І. В. Кривов'язюк ; ЛНТУ. – Київ : Кондор, 2018.

11. Гапоненко О.Є. Реалізація технологічного процесу виробничо-торговельного підприємства (на прикладі ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика») / Гапоненко О.Є., Дичко О.О., Шеянова Е.Д. // Бізнес-інформ. – 2019. – №5. – С. 136–142. Режим доступу: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-5_0-pages-136_141.pdf

12. Внутрішня торгівля України: монографія / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко та ін.. К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 864 с.

13. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності. Затверджено Наказом Міністерства економіки України 02.03.10 № 226 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/ME02094.html

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

СВІТОВИЙ РИНОК ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Тема 1. Особливості функціонування галузевих товарних ринків

Сутність і загальна характеристика світових товарних ринків.

Галузева структура економіки країни

Класифікація галузей промисловості.

Динаміка структурних зрушень у світовій економіці

Тема 2 . Закономірності рівноваги в економіці

Ключові чинники формування галузевої структури виробництва.

Основи суспільної організації виробництва.

Принципи розміщення виробництва.

Форми організації і територіального розміщення виробництва

Тема 3. Особливості формування та сучасні тенденції розвитку міжнародних товарних ринків.

Світовий ринок: сутність та структура.

Система регулювання міжнародного обміну товарами та послугам.

Географічна і товарна структура світового ринку.

Тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами

Тема 4. Регулювання процесів економічної концентрації

Особливості, умови, обмеження застосування показників концентрації

Показники концентрації: Індекс концентрації, Індекс Херфіндаля-Хіршмана, коефіцієнт ентропії, Індекс Джині

Застосування показників концентрації за умов зовнішньої торгівлі

Тема 5. Бар'єри входу до ринку та виходу з ринку

Визначення бар'єрів входу-виходу фірм на ринок.

Стратегічні бар'єри входу фірм до ринку

Нестратегічні бар'єри входу фірм до ринку

Тема 6. Характеристика кон'юнктури світових товарних ринків

Світові товарні ринки: структура, ресурси, інфраструктура, інтеграція, глобалізація.

Основні положення економічної кон'юнктури.

Особливості кон'юнктурних досліджень.

Організація та розробка кон'юнктурних прогнозів

Тема 7. Особливості поведінки фірм в різних умовах конкурентної організації ринків

Типи конкурентної організації ринків

Активна і пасивна поведінка фірм на ринку

Концепція п'яти сил конкуренції М. Портера

Тема 8. Показники монопольної власті фірм в галузі

Особливості застосування показників монопольної власті фірм у галузі.

Проблеми державної політики відносно монополій

Ризики при прийнятті рішень у ЗЕД.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Поняття галузей промисловості, їх класифікація.
2. Класифікація країн за рівнем розвитку
3. Спеціалізація країн на виробництві визначених видів товарів
4. Сектора світової економіки
5. Основні функції конкуренції
6. Складові галузевого аналізу
7. Показники динаміка й обсяг попиту

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**Базова література**

1. Григорова-Беренда Л.І. Теорія і практика зовнішньої торгівлі: навчальний посібник / Л.І. Григорова-Беренда, М.В. Шуба. - Харків: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2016. - 136 с.

2. Зовнішня торгівля України: ХХІ ст.: монографія / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Л.П. Кудирко та ін.; за заг ред. А.А. Мазаракі. . - К.: КНТЕУ, 2016. - 700 с.

3. Міжнародна торгівля: підручник. / За ред. Ю.Г. Козака. - Київ-КатовіцеКраков: ЦУЛ, 2015. - 272 с.

4. Рокоча В.В. Міжнародна торговельна діяльність: підручник / В.В. Рокоча, В.Г. Алькема. В.І. Терехов, Б.М. Одягайло та ін., за наук. ред. В.В. Рокочої. - К.: Університет економіки та права «КРОК», 2018. - 698 с.
5. Рожкова Т.С. Міжнародна торгівля: підручник. - К.: КиМУ, 2015. - 665 с.
6. Світовий ринок товарів та послуг: підручник / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, А.В. Бохан та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. - К.: КНТЕУ, 2016. - 708 с.
7. Циганкова Т.М. Міжнародна торгівля: навчальний посібник / Т.М. Циганкова, Л.П. Петрашко, Т.В. Кальченко. — Київ: Київський національний економічний університет, 2016. - 488 с.

Допоміжна література

8. Амеліна І.В. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник / І.В. Амеліна. - Київ: « Центр учбової літератури», 2016. - 256 с.
9. Воронкова А.Е. Міжнародні економічні організації: навчальний посібник / А.Е. Воронкова, Л.В. Єрохіна, Л.І. Рябченко. - Київ: Професіонал, 2016. - 412 с.
10. Козак Ю.Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях / Ю.Г. Козак. - К.: Центр учбової літератури, 2017. - 228 с.
11. Козак Ю.Г. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник / Ю.Г. Козак, М.А. Заяць. - Одеса: «ТОВ ПЛУТОН», 2016. - 352 с.
12. Міжнародні економічні відносини: навч. посіб. / С.В. Сіденко, О.М. Іваницька, О.В. Кузнецов та інші. - К.: НАУ, 2015. - 468 с. 3.2.13. Ольшанський О.В. Менеджмент міжнародної торгівлі: навч. посібник / О.В. Ольшанський, Л.М. Яцун, В.М. Селютін. - Харків: ХДУХТ, 2019. - 103 с.
14. Структурні зміни у світовій торгівлі як чинник розвитку внутрішнього ринку України: колективна монографія / за ред. Т.О. Осташко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». - 2019. - 350с.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Товарознавство

Тема 1. Товарознавство в системі наук про товари і торгівлю. Об'єкт і предмет товарознавства

Виробництво матеріальних благ як основа життя суспільства. Економічні й неекономічні блага. Натуральне і товарне виробництво, їх сутність та визначення. Результати господарювання: продукція, товари, предмети споживання (вжитку). Дефініція категорії «товар».

Інтенціональне (семантичне) визначення категорії «товар» в різних галузях суспільної практики (митний контроль, торгівля, транспорт і т. ін.).

Етапи становлення і розвитку товарознавства як науки. Історія розвитку товарознавства. Поділ товарознавства на теоретичне (загальне) та спеціальне.

Тема 2. Методологія товарознавства

Методологія товарознавства: визначення поняття, елементи структури і їх ієрархія.

Характеристика елементів методології товарознавства: галузевих понять, визначень, категорій, термінів, методів пізнання, законів, теорій. Товарознавчі категорії: продукція, товар, предмет споживання (вжитку), благо. Поняття цих категорій, їх ієрархія (родові, підрядні). Поняття як одиниця думки. Зміст поняття. Властивості й ознаки товарів.

Методи пізнання в товарознавстві. Групування методів, їх характеристика і сфери застосування. Органолептичні і лабораторні методи дослідження. Поняття законів та їх застосування у товарознавчих дослідженнях. Теорії товарознавства та їх застосування.

Тема 3. Наукові основи формування потреб у товарах

Фактори, що формують потреби (традиції, звичаї, ритуали, мода, національні, регіональні і корпоративні особливості тощо). Методологія визначення потреб населення в товарах регіону і країни. Життєвий цикл товару: його трансформації. Способи задоволення потреб і типи споживання.

Типологія споживачів і їх характеристика. Сегментація ринку товарів і позиціонування товару на ринку. Тенденції споживачів і товарних ринків щодо потреб в товарах і послугах. Рівні потреб. Керування потребами. Рівень життя і якість життя.

Тема 4. Вимоги до товарів

Поняття про вимоги до товарів та його визначення. Чинники, що впливають на рівні вимог до товарів.

Класифікація вимог до товарів за ознаками пред'явлення їх в часі (поточні перспективні), змістом (загальні й специфічні), потребами, які їх породжують (утилітарні функціональні, технологічні, ергономічні, екологічні, надійності, безпеки, економічні і естетичні (до інформаційної виразності, раціональності форми, цілісності композиції доскональності виробничого виконання і товарного вигляду), соціальні вимоги до товарів.

Тема 5. Властивості товарів

Загальні поняття про властивості матеріальних і нематеріальних об'єктів - продуктів природи, предметів і речей. Генезис натуральних властивостей, їх класифікація і характеристика. Властивості речові та набуті, їх сутність і визначення. Показники і кількісні характеристики властивостей об'єктів.

Життєвий цикл товарів: поняття та значення для керування ринками. Терміни служби, придатності і використання товарів, ресурс і гарантії експлуатації готових виробів. Поняття про зношування і знос товарів. Фізичний і моральний знос виробів. Категорії: властивість, цінність, вартість і ціна товару та їх застосування у товарознавстві.

Тема 6. Якість товарів. Методи її оцінювання та дослідження

Поняття якості товарів. Визначення (дефініція) поняття «якість». Основні поняття щодо управління якістю продукції. Поняття «якість» в ретроспективі. Еволюція методів забезпечення якості.

Методи дослідження і оцінювання якості товарів: методи з використанням об'єктивних способів визначення кількісних характеристик, методи з використанням евристичних способів оцінювання. Поняття про кваліметрію і квалілогію.

Взаємозв'язок понять «конкурентоспроможність» і «якість» товарів. Системний підхід до управління якістю товарів: ретроспективний огляд і проблеми застосування на вітчизняних підприємствах.

Тема 7. Асортимент товарів

Загальні поняття. Категорії асортимент, сортамент, сортимент, асорті - визначення і застосування в товарознавстві.

Показники та характеристики асортименту товарів: одиниця товару, вид товару, різновид товару, партія товару, зразок товару, взірєць товару, товари повсякденного попиту, товари простого асортименту, широта і повнота асортименту, структура асортименту та її оцінка, оновлення асортименту.

Поняття про товарні номенклатури: види і застосування в товарознавчій практиці.

Тема 8. Класифікація товарів

Класифікація як метод товарознавства. Категорії класифікація і систематика товарів. Визначення поняття класифікація. Класифікації природні і штучні.

Елементи наукової класифікації товарів: об'єкт класифікації, мета класифікації, класифікаційна одиниця, класифікаційна ознака. Ознаки класифікації якісні та кількісні, суттєві і несуттєві (акцидентні).

Класифікаційні терміни: розряд або рівень систематики, таксономічний ряд, метод класифікації. Розряди класифікації: **вищі** - розділ, царство, тин, відділ, клас; **середні** - порядок, загін, родина, рід; **нижчі** - група, вид, різновид. Поняття про глибину і ємність ієрархічних класифікацій. Особливості класифікації продовольчих товарів. Системи класифікації і класифікатори, їх використання у сфері обігу.

Тема 9. Основи збереження якості і кількості товарів у процесі товароруху

Теоретичні основи товароруху товарів у сфері обігу. Системні властивості товароруху, підсистеми товароруху (транспортування, зберігання, реалізація товарів). Фактори зовнішнього середовища (відносна вологість повітря, температура, освітленість, газовий склад, санітарний стан та ін.) і час, їхній вплив на споживні властивості товару і на економічну ефективність комерційної операції з товаром.

Оптимальні умови і режими зберігання окремих груп товарів.

Значення тари і пакувальних матеріалів для зберігання якості й кількості товарів. Класифікація тари і пакувальних матеріалів. Шляхи зниження втрат і підвищення економічної ефективності проведення комерційних операцій, захисту навколишнього середовища і збереження ресурсів держави.

Тема 10. Кодування товарів

Визначення поняття «кодування товарів». Методи кодування: реєстраційне, класифікаційне, артикуляційне, штрихове, графічне - їх сутність і сфери застосування.

Штрихове кодування об'єктів. Історія виникнення та сучасні сфери застосування. Визначення штрихових кодів. Системи штрихових кодів. Штрихові коди системи EAN, їх структура.

Структура штрихових кодів: цифрові, алфавітно-цифрові, дискретні, безперервні, двонапрямні, контролепридатні, з фіксованою довжиною коду, зі змінною довжиною коду, з різною інформаційною щільністю.

Тема 11. Інформація про товар

Інформація про товар: загальні поняття, роль інформації в управлінні товарними ринками. Законодавча база у сфері інформації. Вимоги до інформації про товар.

Основні засоби товарної інформації: маркування, документальне оформлення, реклама і пропаганда, друковані засоби.

Маркувальна інформація: визначення, зміст. Товарні знаки. Тавро: контрольне тавро, випробне тавро, гарантійне тавро, повірне тавро, пробірне тавро. Маркувально-умовна інформація, експлуатаційно-супроводжувальна інформація і рекламно-довідкова - зміст і способи використання.

Вартісна інформація - види преїскурантів цін, прайси, побудова преїскурантів, способи їх використання.

Тема 12. Сенсорний аналіз та його значення під час оцінки якості споживчих товарів

Предмет і завдання сенсорного аналізу. Класифікація і номенклатура показників якості споживчих товарів та їх стисла характеристика. Показники призначення, зберігання, ергономічні, естетичні, транспортабельності, екологічні та безпеки. Сенсорний (органолептичний) метод визначення

якості товарів, його роль, значення, переваги та недоліки. Термінологія сенсорного аналізу. Сенсорні показники якості, їх номенклатура та стисла характеристика.

Тема 13. Психофізіологічні основи сенсорного аналізу

Аналізаторна система людини та її відділи: периферичний, провідниковий, центральний. Класифікація відчуттів та їх стисла характеристика. Фактори, що впливають на вразливість органів відчуттів: сила імпульсу, адаптація і фізіологічна втома, тренування та вплив умов життя, одночасна дія різноманітних імпульсів, ступінь уваги та осмислення, бажаність відчуттів. Інструментальні методи дослідження забарвлення, консистенції, смаку та аромату (запаху) споживчих товарів.

Тема 14. Органолептичні методи досліджень

Систематика методів: контроль якості, оцінка часткової та загальної якості, виявлення якісних різниць, споживча оцінка якості. Контроль якості. Балова оцінка якості та її сутність. Умови проведення органолептичного аналізу, приміщення, обладнання лабораторії, температура та відносна вологість повітря в кімнаті. Вентиляція, освітлення робочих місць, посуд. Статус дегустатора. Визначення складу дегустаційних комісій. Відбір та підготовка проби. Величина проби. Вплив числа проб в серії на оцінку їх якості. Вплив рівня якості проби на помилку оцінки. Оновлення вражень органів відчуттів. Взаємозв'язок результатів органолептичних і лабораторних оцінок якості. Кореляційна модель якості споживчих товарів.

Тема 15. Підготовка проб до проведення досліджень

Підготовка проб до проведення вимірювань та обробка результатів аналізу хімічного складу різних груп споживчих товарів. Способи приготування розчинів, визначення їх концентрацій.

Значення хімічної метрології для оцінки якісного та кількісного складу споживчих товарів. Метрологічні характеристики вимірів. Абсолютна і відносна похибки та математичні вирази обробки результатів вимірювання аналітичних характеристик матеріалів.

Тема 16. Фотометричні методи дослідження товарів

Теоретичні основи фотометричних методів дослідження. Електромагнітне випромінювання та його характеристики: довжина хвилі, частота випромінювання та енергія. Одиниці вимірювання електромагнітного випромінювання. Спектральні характеристики світлофільтра для дослідження речовини. Нефелометричні та турбідиметричні методи дослідження сировини при одержанні дорогоцінних металів. Поляриметричний метод аналізу та його теоретичні основи. Оптично активні речовини.

Тема 17. Електрохімічні методи дослідження товарів

Загальна характеристика електрохімічних методів аналізу. Класифікація електрохімічних методів за аналітичним сигналом. Значення електрохімічних методів для аналізу товарів електротехнічної промисловості.

Кондуктометричний метод аналізу. Потенціометричний метод вимірювання. Електроди та електроліти у потенціометрії. Потенціали електродів та їх залежність від концентрації. Кулонометричний метод дослідження. Полярографічний метод аналізу.

Тема 18. Хроматографічні методи дослідження товарів

Використання хроматографії для дослідження товарів. Основні принципи хроматографії. Види хроматографічних методів для визначення товарів, які знаходяться в різних агрегатних станах. Рідинно-високошвидкісна хроматографія. Іонообмінна хроматографія. Розподільча хроматографія, математичний вираз коефіцієнта розподілу. Комбіновані методи хроматографічного аналізу та їх значення для оцінки якості товарів народного споживання.

Тема 19. Спектральні методи дослідження товарів

Практичне значення спектральних методів аналізу у виробництві та дослідженні якості споживчих товарів.

Загальні положення методу спектрофотометрії. Інфрачервона та ультрафіолетова спектроскопія. Люмінесцентний аналіз. Атомна спектроскопія та її значення для визначення мікродомішок шкідливих елементів в харчових продуктах. Атомно-абсорбційна спектроскопія. Мас-спектрометрія, її роль для визначення хімічного і фазового складу та молекулярної структури речовини. ЯМР- та ЕПР-спектроскопія та їх значення для аналізу товарів і послуг.

Тема 20. Фізичні методи дослідження товарів

Значення фізичних методів для дослідження якості споживчих товарів. Приклади використання фізичних методів аналізу в технологічних процесах виробництва харчових продуктів.

Теоретичні основи фізичних методів дослідження. Фізичні явища, які лежать в основі фізичних методів. Визначення відносної густини та питомої ваги. Електрометричні методи дослідження. Визначення електропровідності та теплопровідності матеріалів, сплавів на їх основі, дорогоцінних каменів.

Тема 21. Хімічні та біохімічні методи дослідження товарів.

Використання хімічних методів аналізу в дослідженні споживчих товарів. Теоретичні основи хімічних методів дослідження, заснованих на протіканні хімічних реакцій. Кількісний титрометричний аналіз. Типи хімічних реакцій для проведення титрометричного аналізу: нейтралізації (кисотно-лужне титрування), окисно-відновні (перманганатометрія, йодометрія, хроматометрія), осадження (аргентометрія), комплексотворення (комп-

лексометрія). Типи титрування: пряме, зворотне та титрування замісника. Встановлення точки еквівалентності.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Товарознавчі категорії : продукція, товар, предмет споживання, благо. Поняття цих категорій, їх ієрархія (родові, підрядні).
2. Методи пізнання в товарознавстві. Органолептичні і лабораторні методи дослідження.
3. Поняття законів та їх застосування у товарознавчих дослідженнях.
4. Потреби. Ознаки класифікації потреб людини.
5. Ієрархія потреб за об'єктом спрямованості
6. Відмінні ознаки між абсолютними, дійсними та платоспроможними потребами?
7. Визначення споживних властивостей товарів.
8. Показники хімічної стійкості товарів.
9. Хімічно стійкі товари
10. Поняття «якість» товарів. Фактори якості товару
11. Поняття показників якості.
12. Параметри якості товару.
13. Асортимент товарів. Класифікація асортименту товарів
14. Кількісні ознаки - показники і характеристики - використовують у процесі управління
15. Принципи зберігання харчових продуктів і непродовольчих товарів
16. Транспортування товарів, умови транспортування
17. Кодування товарів. Методи кодування товарів.
18. Артикул і артикуляція товарів
19. Штриховий код, види, будова.
20. Сенсорний метод дослідження якості товарів
21. Суть балової оцінки якості
22. Суть і практичне значення соціологічного методу дослідження якості
23. Переваги та недоліки органолептичного методу.
24. Суть експертного методу оцінки якості.
25. Види експертизи товарів
26. Чутливість і точність визначень.
27. Аналітичний сигнал, як прояв будь-яких хімічних та фізичних властивостей об'єктів аналізу.
28. Інтенсивні та екстенсивні властивості речовин.
29. Зважування та приготування розчинів.
30. Способи очищення речовин та розчинів від домішок.
31. Теоретичні основи фотометричних методів дослідження.
32. Застосування фотометрії для визначення якості споживчих товарів.

33. Рефрактометричний метод аналізу
34. Електромагнітне випромінювання
35. Спектральні характеристики світлофільтра для дослідження речовини.
36. Нефелометричні та турбідиметричні методи дослідження
37. Поляриметричний метод аналізу
38. Рідинно-високошвидкісна хроматографія.
39. Іонообмінна хроматографія.
40. Розподільча хроматографія, математичний вираз коефіцієнта розподілу.
41. Комбіновані методи хроматографічного аналізу
42. Теоретичні основи фізичних методів дослідження.
43. Фізичні явища, які лежать в основі фізичних методів.
44. Визначення відносної густини та питомої ваги.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бірта Г.О., Бургу Ю.Г. Товарознавство продовольчих товарів: Спецкурс. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 424 с.
2. Комерційне товарознавство: навч. посібник / В.А. Павлова, Г.А. Рижкова, Л.А. Гончар, В.М. Орлова, О.Р. Сергєєва, О.В. Кузьменко. Київ: Кондор, 2018. 286 с.
3. Артюх Т.М. Теоретичні основи товарознавства: навч. посібник /Т.М. Артюх, І.В. Григоренко. К.: КНУХТ, 2014. [електронний підручник]
4. Мельник Т.Ю. Товарознавство: підручник (для студентів економічних спеціальностей) [Електронне видання]. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.
5. Подвірна Т.В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Теоретичні основи товарознавства та підприємництва» для студентів денної форми навчання за напрямком підготовки: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2017. 200 с.
6. Сирохман І.В. Товарознавство продовольчих товарів: підручник. Харків: Світ Книг, 2016. 713 с.
7. Теоретичні основи товарознавства: підручник / Л.І. Байдакова, І.М. Байдакова, Б.М. Губа, В.Я. Плахотін, О.В. Шегинський. Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2016. 284с.
8. Товарознавство. Непродовольчі товари: підруч. Т.1. / Н.В. Мережко, О.Р. Мокроусова, Л.А. Коптюх та ін. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 760 с.
9. Товарознавство непродовольчих товарів: навч. посібник / Л.О. Радченко, Л.Д. Льовшина, М.П. Головка, О.В. М'ячиков, І.Ф. Мартишко. Харків: Світ книг, 2019. 943 с.
10. Мельник Т.Ю. Товарознавство: підручник (для студентів економічних спеціальностей). Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с. [електронний підручник]

11. Бондарчук М.Є. Товарознавство (Теоретичні основи товарознавства). Конспект лекцій: для студ. спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» ступінь бакалавр. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. 114 с. [електронний підручник]

12. Чорна Т.М. Теоретичні основи товарознавства. Ірпінь : Університет ДФС України, 2021. 598 с. [електронний підручник]

13. Товарознавство: навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / О. Коркуна, А. Демічковський, О. Цільник, О. Бордун, О. Піхур. Львів: ЛДУФК ім. І. Боберського, 2019. 200 с. [електронний підручник]

14. Довідник товарознавця і споживача продовольчих товарів: навч. посіб. / С. В. Князь, А. Г. Загородній, М. В. Римар та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф. С. В. Князя. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. 796 с. [електронний підручник]

15. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник / В.Л. Дикань, А.О. Каграманян, Н.Є. Каличева та ін. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с. [електронний підручник]

16. Міщук О.І. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Товарознавство продовольчих товарів» для студентів факультету економіки і менеджменту зі спеціальності «Маркетинг» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» Тернопіль: Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, 2016. 96 с. [електронний підручник]

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

МАРКЕТИНГ

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.

Сутність і ринкові передумови появи маркетингу. Етапи здійснення та комплекс маркетингу. Принципи маркетингу та напрямки сучасного його розвитку. Ключова роль споживача на ринку. Поняття споживчого та промислового маркетингу. Основні інструменти маркетингу.

Самостійна робота: Визначити за додатковою літературою прояв маркетингових заходів у сучасному житті. Ринкові передумови появи і розвитку маркетингу. Сутність маркетингу та його різновиди.

Тема 2. Класифікація маркетингу.

Види маркетингу, сутність та характеристики. Класифікація маркетингу за територіальною ознакою. Класифікація маркетингу в залежності від об'єкту використання. Класифікація видів маркетингу в залежності від попиту.

Самостійна робота: Визначити за додатковою літературою прояв видів маркетингу у сучасному житті. Ринкові передумови появи і розвитку маркетингу. Сутність видів маркетингу.

Тема 3. Характеристики маркетингу.

Загальні та конкретні функції. Аналітичні та управлінські функції. Виробнича та розповсюджувальна функції.

Самостійна робота: Контроль та керівництво у маркетингу. Сучасні напрями розвитку маркетингу. Концепції маркетингу.

Тема 4. Маркетингові дослідження.

Основні етапи та методи маркетингових досліджень. Інструменти та види маркетингових досліджень. Організація та проведення маркетингових досліджень. Необхідність маркетингової управлінської інформації. Вибір виду та методу дослідження. Проведення маркетингового дослідження. Фактори та критерії сегментації ринку. Особливості сегментування різних видів товарів. Вибір базових факторів позиціонування. Прогнозування ринку.

Самостійна робота: Контекст реалізації маркетингу - мікро - і макросередовище, як об'єкт маркетингових досліджень. Анкета як основний з інструментів маркетингових досліджень. Вивчити за додатковою літературою приклади організації та проведення маркетингових досліджень. Пошук у додатковій літературі прикладів сегментування різних видів товарів та стратегій позиціонування товарів, організацій тощо. Модель прийняття рішення про покупку.

Тема 5. Маркетингова товарна політика.

Складові комплексу маркетингу. Товар. Еволюція поняття "товар". Визначення товару в маркетингу. Три рівня товару. Класифікація споживчих та промислових товарів.

Типова схема опису товару. Показники якості та конкурентоспроможності. Асортимент та номенклатура товарів. Марки та марочна політика фірми. Види попиту на товари. Поняття про життєвий цикл товару. Види життєвих циклів товарів. Упаковка товару. Функції упаковки. Маркування товарів.

Складові товарної політики підприємства. Фактори успіху та невдач нових товарів на ринку. Планування і розробка продукції та послуг. Етапи процесу розробки нових товарів. Види нового товару. Етапи розробки нової продукції. Напрями розвитку маркетингової діяльності.

Самостійна робота: Пошук джерел інформації для аналізу факторів успіху та невдач нових товарів на ринку. Вимоги до товарів і послуг на вітчизняному ринку. Пошук у додатковій літературі прикладів розробки та впровадження на ринку нових маркетингових задумів. Сучасні погляди на моделі поведінки покупців. Вивчити за додатковою літературою моделі поведінки споживачів на різних стадіях життєвого циклу товару. Типологія та класифікація маркетингових стратегій.

Тема 6. Маркетингова цінова політика.

Визначення цілей ціноутворення та основні етапи процесу розробки цінової політики підприємства. Фактори, що впливають на встановлення ціни. Цінова еластичність. Складові ціни товару. Базові методи ціноутворення. Види цін. Встановлення ціни в залежності від ступеня новизни товару. Ціна як фактор стимулювання збуту. Методи "страхування ціни". Стратегія та тактика ціноутворення

Самостійна робота: Види цін у маркетингу Складові процесу маркетингового ціноутворення.

Тема 7. Маркетингова політика продажу.

Поняття, завдання та методи розповсюдження і збуту. Канали збуту та їх функції. Фактори, що впливають на вибір каналів розповсюдження. Методи прогнозування збуту. Складові збутової політики підприємства. Місце збуту в комплексі маркетингу.

Самостійна робота: Вивчення за додатковою літературою основних методів розповсюдження і збуту товарів. Сутність та цілі управління рухом товарів. Класифікація збутових організація. Розповсюдження товарів та послуг.

Тема 8. Маркетингова політика просування.

Комплекс маркетингових комунікацій товару. Реклама. Основні етапи складання плану рекламної кампанії підприємства. Зміст та форма рекламного звернення. Основи складання медіа-плану. Основні підходи до оцінки ефективності рекламної кампанії. Особистій продаж. Планування особистого продажу. Зміст та сутність етапів особистого продажу.

Стимулювання збуту. Цільові аудиторії стимулювання збуту. Методи та інструменти стимулювання цільових аудиторій. Основи виставкової діяльності.

Пабліситі, сутність та зміст. Основні методи та інструменти реалізації. РК та його функції. Основи формування стратегії РК в комплексі маркетингових комунікацій.

Самостійна робота: Етапи формування маркетингових комунікацій. Пошук у додатковій літературі прикладів застосування маркетингових засобів просування. Практика застосування реклами в Україні.

Тема 9. Організація маркетингу

Організація служби маркетингу на підприємстві. Принципи та умови її ефективної діяльності.

Загальні підходи до організації служби маркетингу на підприємстві. Види організаційних структур служби маркетингу. Особливості застосування функціональної, товарної та інших структур, їх переваги і недоліки.

Управління маркетинговою діяльністю.

Тема 10. Контроль маркетингу.

Контроль маркетингової діяльності. Форми та методи контролю. Мета, методи і засоби контролю. Аудит маркетингової діяльності. Інтегровані та не інтегровані маркетингові структури. Тимчасові форми організації маркетингу на підприємстві; неформальні структури маркетингу.

Тема 11. План маркетингу підприємства.

Планування маркетингової діяльності. Складові плану маркетингу.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Роль маркетингу в ринковій економіці.
2. Основні елементи та комплекс маркетингу.
3. П'ять концепцій керування маркетингом.
4. Сформулюйте основні задачі та функції маркетингової діяльності.
5. Макросередовище та мікросередовище маркетингу та його характеристики.
6. Маркетингова інформаційна система, її характеристики.
7. Процес маркетингового дослідження, його характеристики.
8. Джерела вторинної маркетингової інформації. Її переваги та недоліки первинної.
9. Методи дослідження ринку, їх стисла характеристика.
10. Анкета як засіб дослідження споживачів. Основні вимоги до складання анкет.
11. Модель споживчої поведінки на ринку, її стисла характеристика.

12. Фактори культурного й особистого порядку і їх вплив на поведінку покупців.
13. Фактори соціального й психологічного порядку, які характеризують споживача.
14. Місткість ринку: сутність і основні методи визначення.
15. Сутність та стисла характеристика SWOT-аналізу.
16. Поняття економічної кон'юнктури та її факторів.
17. Сегментація ринку.
18. Основні стратегії охоплення ринку.
19. Позичування товарів на ринку.
20. Товар як елемент комплексу маркетингу.
21. Класифікація промислових товарів.
22. Класифікація товарів в залежності від споживчого попиту.
23. Сутність товарного асортименту.
24. Поняття нового виробу. Основні етапи розробки нового виробу.
25. Життєвий цикл товару. Етапи життєвого циклу товарів.
26. Конкурентоспроможність товару. Якісні характеристики, які визначають конкурентоспроможність товару.
27. Розрахунок конкурентоспроможності товару за допомогою інтегрованого методу.
28. Упаковка товару, її види та функції.
29. Методи ціноутворення, їх стислі характеристики.
30. Основні задачі ціноутворення.
31. Сутність цінової стратегії проникнення на ринок.
32. Розрахунок ціни на основі аналізу беззбитковості та забезпеченні цільового прибутку.
33. Розрахунок ціни на підставі торгів.
34. Види знижок з ціни.
35. Збут у системі маркетингу. Характеристика каналів збуту.
36. Структура каналів збуту та їх характеристика.
37. Фактори, що впливають на формування структури каналів збуту.
38. Основні елементи маркетингової комунікаційної системи (СМК).
39. Процес планування рекламної діяльності.
40. Рекламні заходи, їх стисла характеристика.
41. Оцінка вартості реклами.
42. Персональні продажі, етапи процесу персональних продаж.
43. Заходи стимулювання збуту, спрямовані на споживачів.
44. Заходи стимулювання збуту, спрямовані на торгових посередників.
45. Заходи стимулювання власного торгового персоналу.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова:

1. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: Диалектика, 2020. 880 с.

2. Маркетингова діяльність підприємств: Навчальний посібник / Косенко О.П. та ін. Харків: НТУ «ХП», 2018. 1000 с.
3. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О. та ін. Київ: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
4. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: Навч. посібник. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
5. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: Навч. посібник. Львів: Львівський національний університет ім. І. Франка, 2020. 347 с.

Допоміжна:

6. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності: Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 146 с.
7. Дідух І.І., Галкіна О.А., Савченко О.І. Основи маркетингу для студентів. Навч. мет. посіб. Харків: НТУ «ХП», 2016. 100 с.
8. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навчально-методичний комплекс. Київ: КПІ ім. І. Сікорського, 2021. 100 с.
9. Калініченко Л.Л., Кильницька Є.В. Маркетинг: навчальний посібник. Харків: Панов А.М., 2017. 168 с.
10. Маркетинг для бакалаврів: навчальний посібник / Буднікевич І.М. та ін. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. 352 с.
11. Маркетинг для бакалаврів: практичний курс. Навчальний посібник для практичних занять / Буднікевич І.М. та ін. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 248 с.
12. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу / В.Б. Захожай та ін. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2015. 606 с.
13. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Буднікевич І.М. та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 536 с.
14. Падерін І.Д., Сорока К.О., Комарова К.В. Маркетинг: Навчальний посібник для студентів вищих навч. закладів. Дніпропетровськ: ДДФА, 2015. 260 с.
15. Храбатин О.І., Яворська Л.В., Тимчик О.А. Маркетинг: Навчальний посібник. Київ: Видавництво, 2014. 284 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ

Організація кваліфікаційного випробовування здійснюється відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу в НТУ «ХП». До участі у вступних випробовуваннях допускаються кандидати, які дотрималися усіх норм і правил, передбачених чинним законодавством.

Для проведення випробування формуються окремі групи вступників в порядку надходження (реєстрації) документів. Список допущених до вступного випробування ухвалюється рішенням комісії. Для проведення вступного випробування приймальною комісією попередньо готуються білети відповідно до «Програми фахового кваліфікаційного випробування». Програма фахового кваліфікаційного випробування оприлюднюється засобами наочної інформації на інформаційних стендах кафедри та на сайті кафедри.

Випускне випробування проводиться у строки передбачені графіком навчального процесу. На вступне випробування вступник з'являється з паспортом. Випускнику необхідно на кожне завдання дати правильну відповідь. На виконання всіх завдань відводиться 3 години (180 хвилин).

За результатами випускних випробувань проводиться оцінка рівня фахових знань за наступними критеріями. Критерії оцінки кваліфікаційного випробування знань абітурієнта при тестуванні здійснюється за 100-бальною шкалою з подальшим переведенням у критерії ECTS.

При оцінюванні знань за основу слід брати повноту і правильність виконання завдань. Загальна оцінка визначається як середня виважена з оцінок відповідей на усі запитання.

Рейтинг ова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визнач ення	Націона льна оцінка	Критерії оцінювання	
			позитивні	негативні
1	2	3	4	5
90–100	A	Відмінн о	– глибоке знання навчального матеріалу, що міститься в літературних джерелах ; – вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; – вміння проводити теоретичні розрахунки ;	відповіді на запитання можуть містити незначні неточності

1	2	3	4	5
			<ul style="list-style-type: none"> – відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно-послідовні; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	
82–89	B	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	відповіді на запитання містять певні неточності
75–81	C	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати практичні задачі 	– невміння використовувати теоретичні знання для розв'язування складних практичних задач
64–74	D	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; – вміння розв'язувати прості практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння давати аргументовані відповіді на запитання; – невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; – невміння розв'язувати складні практичні задачі
60–63	E	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, – вміння розв'язувати найпростіші практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу; – невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; – невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач
35–59	FX	Незадовільно	–	<ul style="list-style-type: none"> – незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – невміння розв'язувати прості практичні задачі
1-34 (на комісії)	F	Незадовільно	–	<ul style="list-style-type: none"> – повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – незнання основних фундаментальних положень;

1	2	3	4	5
				– невміння орієнтуватися під час розв'язання простих практичних задач

Схвалено на засіданні вченої ради ННІ «ЕММБ»

Протокол № 2 від 26.04 2022 р.

Голова вченої ради інституту

Наталія КРАСНОКУТСЬКА

Голова фахової атестаційної комісії

Євген ШАПРАН