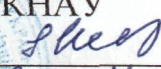



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ «СЛОВ'ЯНСЬКИЙ ФАХОВИЙ  
КОЛЕДЖ НАЦІОНАЛЬНОГО АВІАЦІЙНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

Затверджую  
Голова приймальної комісії  
СФКНАУ  
  
Тетяна ЛИСАК  
«09» 04 2024 р.



ПРОГРАМА  
ВСТУПНОЇ СПІВБЕСІДИ

(вступ на основі професійної(професійно-технічної)

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Дисципліни: «Комерційна діяльність»

«Ринкові дослідження»


«Фінансовий облік»

«Товарознавство»

«Ціноутворення»

Узгоджено

Заступник начальника коледжу  
з навчальної роботи

  
Оксана ГРЕБЕЦЬ  
«09» 04 2024 р.

Обговорено та схвалено  
на засіданні педагогічної  
ради коледжу  
09.04.2024 р.  
протокол №5

## ЗМІСТ

с.

I. Основні вимоги до знань і умінь .....	3
II. Критерії оцінювання знань і вмінь.....	3
III. Форма проведення вступного випробування .....	4
IV. Зміст навчального матеріалу.....	5
<b>1. Основні теоретичні питання, поняття і факти</b> .....	6
<b>2. Основні вміння і навички</b> .....	8
<b>3. Структура вступної співбесіди</b> .....	9
<b>4. Список літератури:</b> .....	10

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Метою вступних випробувань є перевірка рівня засвоєння знань, сформованості умінь та навичок абітурієнтів з дисциплін, що включені до вступної співбесіди та передбачені навчальним планом спеціальності 075 «Маркетинг».

Програма вступних випробувань містить критерії оцінювання знань, умінь і навичок абітурієнтів з дисциплін вступної співбесіди:

- Комерційна діяльність;
- Ринкові дослідження;
- Товарознавство;
- Фінансовий облік;
- Ціноутворення.

Програма вступних випробувань містить зміст навчального матеріалу і вимоги до загальноосвітньої підготовки абітурієнтів з початкової фахової підготовки за спеціальністю 075 «Маркетинг» (5.03050702 «Комерційна діяльність»). У змісті навчального матеріалу вказано той теоретичний матеріал, який підлягає перевірці: основні поняття і категорії; алгоритми дій; вміння і навички. Вимоги до знань, умінь і навичок орієнтують вступників на результати, будуть об'єктом контролю й оцінювання знань.

### I. Основні вимоги до знань і умінь

Під час вступних випробувань з фахової підготовки абітурієнт має:

- а) визначити економічне поняття та надати характеристику;
- б) надати повну відповідь на теоретичні питання з вказаних дисциплін;
- в) оперувати термінами і поняттями з дисциплін фахового випробування.

### II. Критерії оцінювання знань і вмінь

Під час оцінювання відповідей вступників рекомендується користуватись такими критеріями:

Бали	Критерії оцінювання
190-200	Знання, вміння й навички абітурієнта повністю відповідають вимогам програми. Теоретичні міркування з напрямів початкової фахової підготовки проводить вільно і правильно, переконливо аргументує їх. Знає, передбачені програмою, основні терміни і поняття, уміє їх застосовувати на практиці. Виявляє варіативність мислення і раціональність у виборі способу пояснення термінів.
175-189	Рівень знань абітурієнта достатній. Відповідає на поставлені теоретичні питання з частковим поясненням, частково аргументує теоретичні міркування щодо понять та термінів, окремі твердження достатньо обґрунтовує. Самостійно виправляє допущені помилки. У відповіді можуть мати місце незначні неточності та недоліки.
160-174	Абітурієнт виявляє задовільні знання фактичного матеріалу, вміння відповідати за алгоритмом на рівні простого відтворення. Володіє основними понятійними категоріями, свої міркування

	частково пояснює. При відповіді на теоретичні питання мають місце помилки, що свідчить про відсутність знань з деяких розділів програми, несформованість дій адекватних знанням. Проте, в цілому, 60% усіх усних відповідей правильно.
100-159	В усіх інших випадках знання, вміння й навички абітурієнта оцінюються як незадовільні.

### III. Форма проведення вступного випробування

Вступне випробування проводиться у формі вступної співбесіди.

Зміст теоретичних питань відповідає діючим програмам з дисциплін, що внесені до фахового вступного іспиту, для підготовки фахових молодших бакалаврів зі спеціальності 075 «Маркетинг». Співбесіда складається з трьох теоретичних питань з дисциплін початкової фахової підготовки:

- Комерційна діяльність;
- Ринкові дослідження;
- Товарознавство;
- Фінансовий облік;
- Ціноутворення.

При відповіді на питання вступної співбесіди, абітурієнт повинен викласти теоретичні основи за поставленим питанням, розв'язати практичне завдання, обрати правильну відповідь на тестові завдання. Відповідь вважається правильною і повною, якщо абітурієнт надав правильну відповідь на теоретичну частину завдання, виконав практичну частину завдання, надав правильну відповідь на тестові завдання.

Правильне розв'язання кожного із завдань оцінюється відповідною кількістю балів, яка складається з суми балів за теоретичну та практичну частину виконання завдання.

Сума балів, нарахованих за правильно виконані абітурієнтом завдання, переводиться в оцінку за 12-бальною системою оцінювання досягнень абітурієнтів за спеціальною шкалою.

Систему нарахування балів за правильно виконане завдання для оцінювання робіт абітурієнтів наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Номери завдань	Кількість балів	Всього
1	по 4 балу	4 бали
2	по 5 балу	5 бали
3	по 3 бали	3 бали
Усього балів		12 балів

Кількість набраних балів абітурієнтом дорівнює оцінці за 12-бальною системою оцінювання навчальних досягнень

Формулювання завдань абітурієнти переписують. Виправлення і закреслення в теоретичній частині не вважається помилкою. Відмова абітурієнта від практичного підтвердження теоретичної частини завдання є підставою для зниження оцінки.

#### **IV. Зміст навчального матеріалу**

Програма з дисциплін початкової фахової підготовки зі спеціальності 075 «Маркетинг» для вступників до навчального закладу складається з трьох теоретичних питань.

На вступній співбесіді зі спеціальності 075 «Маркетинг» вступник до закладу фахової передвищої освіти повинен показати:

а) чітке знання означень, основних понять, термінів, загальних правил та алгоритмів використання предметної основи з дисциплін, які винесені на вступну співбесіду та передбачених навчальним планом спеціальності;

б) вміння точно і стисло висловити свою думку в усній формі;

в) впевнене володіння теоретичними знаннями з дисциплін, передбачених програмою, вміння застосовувати їх при вирішенні практичних завдань.

## **1. Основні теоретичні питання, поняття і факти з дисципліни «Комерційна діяльність»:**

1. Сутність і мета комерційної діяльності підприємства.
2. Комерційна діяльність по продажу товарів на підприємствах оптової торгівлі.
3. показники прибутковості комерційних організацій.
4. Збутова комерційна діяльність.
5. Організаційна структура роздрібно-торгівельного підприємства.
6. Організаційна структура оптового торговельного підприємства.
7. суб'єкти комерційної діяльності на ринку товарів і послуг.
8. Класифікація торговельних приміщень та споруд.
9. Ризики в комерційній діяльності.
10. Оптове торговельне підприємство: характеристика, організаційна структура.
11. Службові обов'язки товарознавця комерційного підприємства.
12. Організація прийомки товарів на складі.

### **з дисципліни «Ринкові дослідження»:**

1. Основні напрямки дослідження в маркетингу.
2. Цільовий сегмент ринку. Критерії виділення цільового сегменту.
3. Збір і аналіз вторинного маркетингової інформації.
4. Переваги та недоліки первинної інформації.
5. Сутність методу спостереження та експерименту.
6. Сутність первинної та вторинної інформації.
7. Признаки та методи вибору сегменту ринку.
8. Сутність методу експерименту та анкетування.
9. Види прогнозів збуту. Конкурентоспроможність компанії.
10. Методологічні основи дослідження в маркетингу.
11. Характеристика методу опитування.
12. Позичування товару на ринку.

### **з дисципліни «Комерційне товарознавство»:**

1. Предмет і цілі товарознавства. Товар як об'єкт товарознавства.
2. Асортимент лісових матеріалів.
3. Види твердого палива, його класифікація.
4. Асортимент лакофарбових матеріалів.
5. Умови зберігання та транспортування лісних та паперових матеріалів.
6. Продукція неорганічної хімії.
7. Полімери: пластмаса, каучук, гума.
8. Умови зберігання та транспортування лісних та паперових матеріалів.

9. Теоретичні основи товарознавства.
10. Широта та глибина асортименту, їх вимірювання.
11. Чорні та кольорові метали.
12. Процес видобутку сталі з чугуну.

#### **з дисципліни «Фінансовий облік»:**

1. Склад і призначення фінансової звітності.
2. Облік основних засобів. Амортизація.
3. Облік розрахунків з покупцями.
4. Облік необоротних активів.
5. Облік запасів.
6. Облік зобов'язань.
7. Облік власного капіталу.
8. Облік витрат.
9. Облік доходів.
10. Облік фінансових результатів.
11. Облік нематеріальних активів підприємства.
12. Облік розрахунків з постачальниками та підрядниками.

#### **з дисципліни «Ціноутворення»:**

1. Вплив внутрішніх факторів підприємства на встановлення ціни.
2. Особливості встановлення ціни на ринку монополії.
3. Вплив зовнішніх факторів на ціноутворення.
4. Поняття та характеристика ціни, функції ціни.
5. Етапи процесу ціноутворення.
6. Особливості встановлення ціни на різних етапах життєвого циклу товару.
7. Фактори, що впливають на процес ціноутворення.
8. Ціна: сутність, функції, види.
9. Методи розрахунку ціни.
10. Державне регулювання ціноутворення.
11. Встановлення ціни на ринку досконалої конкуренції.
12. Встановлення ціни на ринку олігополії.

## 2. Основні вміння і навички

Вступник повинен уміти:

1. Виконувати основні дії ведення комерційної діяльності на підприємствах різних форм власності.
2. Вміти раціонально організувати та вести комерційну діяльність на підприємствах.
3. Знати особливості товарів та послуг.
4. Використовувати основи комерційної діяльності.
5. Виконувати облік основних процесів комерційної діяльності.
6. Володіти теоретичними знаннями з товарознавства.
7. Використовувати практичні навички з ціноутворення.
8. Виявляти резерви підприємства різних форм власності.
9. Вміти виявляти фактори ціноутворення.
10. Використовувати знання з теоретичних основ фінансового обліку.
11. Використовувати в практичній діяльності принципи та напрями здійснення ринкових досліджень.
12. Виконувати основні дії з фінансового обліку.
13. Використовувати практичні навички комерційної діяльності.
14. Вирішувати ситуативні питання щодо форм і методів комерційної діяльності підприємства.
15. Визначати основні принципи транспортування та зберігання товарів та продуктів
16. Вміти виділяти взаємодію всіх видів ресурсів.



### **3. Структура вступної співбесіди**

Вступна співбесіда проходить в усній формі і складається з трьох теоретичних питань з відповідної дисципліни. Приклад структури співбесіди:

Питання 1.

Сутність і мета комерційної діяльності підприємства. Сутність і мета комерційної діяльності підприємства.

Питання 2.

Широта та глибина асортименту, їх вимірювання

Питання 3.

Етапи процесу ціноутворення

#### 4. Список літератури:

1. Белявцев М.І., Петренко І.В., Прозорова І.В. Маркетингова цінова політика: Навч.посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2015
2. Білуха М.Т. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник. Київ,. 2000.
3. Болотников А.А. Товароведение. Курс лекций. Київ: МАУП, 2012
4. Васюта – Беркут О.І., Шепітко Г.Ф., Романевська Н.О. Теорія бухгалтерського обліку. Київ: МАУП, 2016
5. Грабова Н.В. Теорія бухгалтерського обліку: Навч.. посібник. Київ: АСК, 2018
6. Грещак М. Г.,Колот В.М.,Наливайко А.П.,Покропивний С.Ф. Економіка підприємства. Київ: КНЕУ, 2015
7. Комерційна діяльність: підручник. За ред. Проф.. В.В. Апопія. Київ: Знання, 2018. 558 с.
8. Оснач О.Ф. Товарознавство: Навчальний посібни. Київ: Центр навчальної літератури. 2014
9. Павленко А.Ф. Корінев В.Л. Маркетингова політика ціноутворення. Київ: КНЕУ, 2015. 332 с.
10. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво. Навч. посібник. Розділ комерції. Київ: КНЕУ, 2015
11. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз. Навчальний посібник. Львів: «Магнолія плюс», 2014
12. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навч. Посібник. Київ: Кондор, 2014
13. Шегда А.В.,Литвиненко Т.М.,Нахаба М.П. Економіка підприємства. Київ: Знання, 2015
14. Лаврова Ю.В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті: конспект лекцій ля студ. вищ. навч. закл. Харків: Изд-во ХНАДУ, 2015. 227 с.
15. Лук`янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2015. 380 с.
16. Макаровська Т.П., Бондар Н.М.. Економіка підприємства: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: МАУП, 2015. 304 с.
17. Руделіус В. Маркетинг: підруч. для студ. ВНЗ та ін. 3-тє вид. Київ : Навч.-метод. Центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2015. 648 с.
18. Павленко А. Ф., Решетнікова І. Л., Войчак А. В. Маркетинг. Київ: КНЕУ, 2015. 600 с.
19. Старостіна А.О., Гончаров Н.П., Крикавський Є.В. Маркетинг: підручник. Київ: знання, 2016. 1070 с.
20. Штефаніч Д. А., Братко О. С. Маркетинговий аналіз: навч. посіб. Тернопіль: Економічна думка, 2016. 296 с.
21. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. за ред. Л. В. Балабанової. 3- те вид., допов. і перероб. Київ: Знання, 2017. 354 с.