


**УКРКООПСПЛКА  
ВІННИЦЬКА ОБЛАСНА СПЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ  
ВІННИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ІНСТИТУТ**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
В.о. ректора Вінницького  
кооперативного інституту  
*Світлана КОЛОТІЙ*  
«23» квітня 2024 р.



**ПРОГРАМА  
ІНДИВІДУАЛЬНИХ УСНИХ СПІВБЕСІД**

для абітурієнтів, які вступають на денну та заочну форми здобуття освіти на основі здобутого ОКР «молодший спеціаліст» та ОПС «фаховий молодший бакалавр» для здобуття ступеня бакалавр за спеціальністю:  
**075 «Маркетинг»**

**РЕКОМЕНДАВАНО**

Вченою радою  
Вінницького кооперативного інституту  
від «23» квітня 2024р  
Протокол № 5

**РОЗГЛЯНУТО ТА СХВАЛЕНО**

на засіданні кафедри менеджменту,  
маркетингу та підприємництва  
від « 29 » березня 2024р.  
Протокол № 8

**Вінниця 2024**

## 1. ВСТУП

Програма індивідуальних усних співбесід для абітурієнтів, що вступають на основі здобутого ОКР «молодший спеціаліст» та ОПС «фаховий молодший бакалавр» для здобуття ступеня бакалавр за спеціальністю 075 «Маркетинг», охоплює всі основні вимоги до підготовки абітурієнтів. Для вступу на спеціальність «Маркетинг» потрібно мати ґрунтовні і змістовні знання з дисциплін: «Основи маркетингу», «Основи торговельного підприємництва», «Комерційна діяльність».

У запропонованій програмі стисло наведено зміст тем дисциплін, вказано основний понятійний апарат, яким повинен володіти абітурієнт, наводиться перелік основних питань з кожної дисципліни, що виноситься на індивідуальну усну співбесіду. Цей перелік дасть можливість абітурієнту систематизувати знання та допоможе зорієнтуватися, на які питання потрібно звернути увагу при підготовці до індивідуальної усної співбесіди.

## 2. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ, ЯКИЙ ВІНОСИТЬСЯ НА ІНДИВІДУАЛЬНУ УСНУ СПІВБЕСІДУ

### «Основи маркетингу»

1. Виникнення та основні етапи розвитку маркетингу.
2. Еволюція концепцій маркетингу.
3. Принципи, цілі, завдання та функції маркетингу.
4. Класифікація маркетингу.
5. Основні категорії маркетингу та їх характеристика.
6. Поняття комплексу маркетингу «4Р» та «7Р».
7. Особливості міжнародного маркетингу.
8. Основні сфери застосування маркетингу.
9. Макросередовище та його вплив на маркетингову діяльність.
10. Мікросередовище організації та його основні складові.
11. Маркетингова інформаційна система.
12. Основні етапи маркетингового дослідження.
13. Оцінка кон'юнктури ринку.
14. Особливості та методи проведення досліджень конкретних об'єктів.
15. Характеристика недиференційованого, диференційованого та концентрованого варіанту охоплення ринку.
16. Принципи та критерії сегментації ринків.
17. Пошук нових та вибір цільових сегментів ринку.
18. Позиціонування товару на ринку.
19. Сутність та структура маркетингової товарної політики.
20. Рівні, класифікація та маркетингова концепція товарів.
21. Поняття про товарну марку, її типи.
22. Створення та впровадження на ринок нових товарів.

20. Забезпечення функціонування підприємств торговельного підприємництва.
21. Напрями розвитку підприємництва у сфері торгівлі в Україні.
22. Суть, значення і принципи комерційної діяльності підприємницьких структур.
23. Правові основи здійснення комерційної діяльності підприємницьких структур.
24. Економічні взаємовідносини підприємців зі споживачами.
25. Шляхи подальшого розвитку комерційного підприємництва.

### **«Комерційна діяльність»**

1. Сутність комерційної діяльності та її структура.
2. Принципи та чинник розвитку комерційної діяльності.
3. Види та класифікація суб'єктів комерційної діяльності.
4. Товар як об'єкт комерційної діяльності. Послуги та вимоги до них.
5. Комерційна інформація про товар, її джерела і носії.
6. Характеристика особливих видів об'єктів комерційної діяльності.
7. Функції торгівлі та параметри її ресурсного потенціалу.
8. Роль і завдання комерційної роботи на сучасному етапі.
9. Організація комерційної діяльності в оптовій торгівлі.
10. Структура, зміст та порядок укладання договору постачання товарів.
11. Значення, сутність, мета та принципи закупівельної роботи на оптовому ринку.
12. Класифікація та джерела закупок товарів.
13. Формування та регулювання асортименту товарів.
14. Процес регулювання та управління товарними запасами в оптовій торгівлі.
15. Поняття і сутність оптового продажу товарів.
16. Форми, види та методи оптового продажу товарів.
17. Функції та завдання роздрібною торгівлі.
18. Чинники та умови розвитку комерційної діяльності у сфері роздрібною торгівлі.
19. Сутність і зміст асортиментної політики в торгівлі.
20. Особливості формування асортименту товарів у роздрібній торгівлі.
21. Регулювання та контроль асортименту товарів у торговельній мережі.
22. Сутність і завдання товаропостачання.
23. Вимоги до організації товаропостачання. Принципи організації товаропостачання.
24. Суть, методи, критерії ефективності комерційної діяльності.
25. Сутність і зміст комерційного ризику. Способи зниження ризику.

#### 4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ АБІТУРІЄНТІВ

Завдання для проведення індивідуальної усної співбесіди для абітурієнтів, які вступають на основі здобутого ОКР «молодший спеціаліст» та ОПС «фаховий молодший бакалавр» для здобуття ступеня бакалавр за спеціальністю 075 «Маркетинг» включають в себе два теоретичних завдання.

##### Критерії оцінювання знань абітурієнтів

Рівні навчальних досягнень	Бали	Критерії оцінювання знань абітурієнтів
<b>I. Початковий</b>	<b>100-109</b>	Абітурієнт розрізняє елементи комплексу маркетингу, походження компетенції маркетингу та за допомогою викладача надає характеристику, розрізняє види маркетингу.
	<b>110-119</b>	Абітурієнт за допомогою екзаменатора визначає джерела маркетингової інформації, етапи життєвого циклу товару, надає характеристику видам маркетингу.
<b>II. Середній</b>	<b>120-129</b>	Абітурієнт частково визначає основні поняття і терміни за допомогою екзаменатора. Відтворює маркетингову характеристику цінам, типам суб'єктів; каналам розподілу, але не вміє здійснити порівняльний аналіз критеріїв ефективності діяльності суб'єктів маркетингової діяльності.
	<b>130-149</b>	Абітурієнт відтворює частину навчального матеріалу, описує складові конкурентоспроможності товару, методи ціноутворення, особливості контролю маркетингової діяльності. Частково вирішує виробничі ситуації.
<b>III. Достатній</b>	<b>150-159</b>	Абітурієнт має достатні знання програмного матеріалу з товарної, цінової, комунікаційної та політики розподілу, але у відповіді можуть бути і окремі неточності, помилки.
	<b>160-179</b>	Абітурієнт засвоїв достатньо повно програмний матеріал, дає змістовні відповіді з питань організації і контролю маркетингової діяльності.
<b>IV. Високий</b>	<b>180-200</b>	Абітурієнт володіє ґрунтовними знаннями з організації маркетингових досліджень ринку та фірми, аналізу конкурентного середовища і

15. Старостіна А.О., Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

#### **Допоміжна**

16. Ілляшенко С.М. Маркетинг: бакалаврський курс: нав. посіб./ Ілляшенко С. М., Мішенін Є. В., Біловодська О. А., Божкова В. В., Карпіщенко М. Ю. та ін./ за ред. С. М. Ілляшенко. Суми : Університетська книга, 2017. 1134 с.

17. Косар Н. С. Маркетингові дослідження/ Н. С. Косар, О. Б. Мних, Є. В. Крикавський, С. В. Леонова. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.

18. Мазаракі М. М., Мельник Т. М. Міжнародний маркетинг: підручник/ за заг. ред М. М. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2018. 448 с.

19.Маркетинг: навчальний посібник/ Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. / За заг. ред. проф. Старостіної А. О. К. : «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

20. Скибінський С. В. Маркетинг: ч. 1, 2. К. : КНЕУ, 2000, 2010.

21. Стеблюк Н.Ф. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг» / Укладач Н.Ф. Стеблюк. Кам'янське: ДДТУ, 2018. 64 с.

#### **Інтернет-ресурси:**

22. Законодавство України : [https:// zakon.rada.gov.ua/laws/main/ index](https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index).

23. Українська асоціація маркетингу: URL: <http://uam.in.ua/>

24.Український сайт про PR, маркетинг і рекламу: URL: <http://www.prschik.kiev.ua/>

25. Електронні підручники і посібники [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nmcbook.com.ua/>

26.Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL:[https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING\\_NAVCH.POSIBNYK\\_SENYSHYN-KRYVESHKO\\_FINAL\\_ALL.pdf](https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf)

#### **«Основи торговельного підприємництва»**

##### **Нормативно-правові акти**

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.

2. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV.

3. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 № 8073-Х.

правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів» від 15.06.2006 № 833.

11. Накази:

11.1. «Про внесення змін до пункту 4 Порядку надання електронних публічних послуг у сфері державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців у автоматичному режимі»: Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 12.01.2023 № 195/5/4.

11.2. Класифікація організаційно-правових форм господарювання (КОПФГ) - ДК 002:2004 : Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28.05.2004 року № 97.

11.3. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. (КВЕД): Наказ Держспоживстандарту України від 11.10.2010 № 457.

### **Базова**

12. Апопій В.В., Середа С.А., Шутовська Н.О. Основи підприємництва : навч. посіб. Львів: Новий Світ-2000, 2018. 323 с.

13. Балджи М.Д., Добрава Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємництво: навч. посіб. Київ : Кондор, 2017. 112 с.

14. Валінкевич Н.В. Основи підприємництва: підручник. За заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир: ЖДТУ, 2019. 492 с.

15. Гавриляк А.С., Ярошевич Н.Б., Берлінг Р.З. Підприємництво і менеджмент: навч. посіб. Львів: Новий світ-2000, 2021. 408 с.

16. Гаєвська Л.М., Марченко О.І. Підприємницька діяльність: підручник. Ірпінь: Університет ДФСУ, 2019. 500 с.

17. Добрава Н.В., Осипова М.М., Бондаренко М.О. Основи бізнесу: навч. посіб. Одеса, 2018. 305 с.

18. Ковальська Л.Л., Кривов'язюк І.В., Волинчук Ю.В., Завадська О.М., Камінська І.М. Підприємництво і торгівля: навч. посіб. / Луцький нац. техн. ун-т; під заг. ред. Л.Л. Ковальська, І.В. Кривов'язюк. Київ: Кондор, 2018. 617 с.

19. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво: навч-метод. посіб. Х.:Іванченко І.С., 2017. 214 с.

20. Сотнік І.М. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / І.М. Сотнік, Л.М. Таранюк. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.

21. Фролова Л.В. Торговельне підприємництво: підручник. За заг. ред. Л.В. Фролової. Одеса: Бондаренко М.О., 2018. 640 с.

22. Юрко І.В. Торговельне підприємництво: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2018. 232 с.

### **Допоміжна**

23. Балабан П.Ю. Комерційна діяльність: підручник / П.Ю. Балабан, М.П. Балабан, Т.Л. Мітяєва, О.М. Михайленко, Л.О. Попова, М.М. Хурса / за ред. П.Ю. Балабана. Харків: Світ Книг, 2018. 452 с.

44. Науковий журнал «Бізнес - інформ». URL: <https://www.business-inform.net>.

45. Балджи М.Д., Доброва Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємство: навч. посіб. К.: Кондор, 2017. 112. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6689/1/Торговельне%20підприємство.pdf>

## «Комерційна діяльність»

### *Нормативно-правові акти*

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 №436-IV.
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV.
4. Закони України (зі змінами та доповненнями):
  - 4.1. «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 № 675-VIII.
  - 4.2. «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII.
  - 4.3. «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-XII.
  - 4.4. «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-XII.
  - 4.5. «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» від 04.04.2018.
  - 4.6. «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 № 3689-XII.
  - 4.7. «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015 № 922-VIII.
  - 4.8. «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР.
  - 4.9. «Про споживчу кооперацію» від 10.04.1992 №2266-VI.
  - 4.10. «Про стандартизацію» від 05.06.2014 № 1315-VII.
  - 4.11. «Про товарну біржу» від 10.12.1991 № 1956-XII.
  - 4.12. «Про торгово-промислові палати в Україні» від 02.12.1997 № 671/97-ВР.
5. Накази:
  - 5.1. «Про внесення змін до пункту 4 Порядку надання електронних публічних послуг у сфері державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців у автоматичному режимі»: Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 12.01.2023 № 195/5/4.
  - 5.2. Класифікація організаційно-правових форм господарювання (КОПФГ) - ДК 002:2004 : Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28.05.2004 року № 97.
  - 5.3. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. (КВЕД): Наказ Держспоживстандарту України від 11.10.2010 № 457.

### *Інтернет-ресурси*

18. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>
19. Законодавство України : [https:// zakon.rada.gov.ua/laws/main/ index](https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index).
20. Електронна комерція (E-commerce) в Україні і світі – в цифрах. URL: <https://www.web-mashi-na.com/web-blog/ecom-merceprognoz-elektronnoi-kommercii-ukrainy>
21. Офіційний сайт «Ритейл в Україні». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// ua-retail.com /](http://ua-retail.com/)
22. Компанія інтелектуальних технологій . URL: <https://kint.com.ua/ua/biznes-trenazher-vial>
23. Сак Т. В., Грицюк Н. О. Ринок ритейлу в Україні: тенденції та перспективи розвитку в умовах кризи. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки : журнал / уклад. Л.Г. Ліпич, М.Б.Кулинич. Луцьк : Вежа-Друк, 2020. № 2(22). С. 33–42. DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-33-42>.