

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ  
ДНІПРОВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

Затверджую  
Директор



фахового коледжу економіки  
та бізнесу Дніпровського  
національного університету  
імені Олеса Гончара  
Тетяна МЕЛЬНИК  
2021 р.

**ПРОГРАМА**  
іспиту за фахом  
зі спеціальності 075 «Маркетинг»  
на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «кваліфікований робітник»

Розглянуто і схвалено  
на засіданні циклової  
комісії підприємництва  
та сфери обслуговування  
Протокол № 6 від 27.01 2021р.  
Голова комісії Демчишина  
Наталія ДЕМЧИШИНА.

м. Дніпро  
2021

**Програма для вступних випробувань  
з дисципліни «Маркетинг»**

Тема 1. Система і характеристики сучасного маркетингу.

Визначення маркетингу. Виникнення маркетингу в процесі розвитку ринкових відносин.  
Основні етапи та цілі маркетингової діяльності. Види маркетингу.  
Принципи та функції маркетингу. Концепції управління підприємством.  
Структура маркетингу. Комплекс маркетингу.  
Поняття маркетингового середовища.  
Внутрішні та зовнішні фактори маркетингу. Контрольовані та неконтрольовані фактори.

Тема 2. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності

Суть і визначення системи маркетингової інформації. Структура системи маркетингової інформації  
Види маркетингової інформації. Основні принципи маркетингової інформації.  
Класифікація маркетингової інформації

Тема 3. Маркетингові дослідження

Суть та завдання маркетингових досліджень.  
Вивчення споживачів як елемент комплексного дослідження ринку.  
Класифікація потреб. Поняття про поведінку споживачів, фактори, що впливають на поведінку споживачів. Моделі поведінки споживачів. Типи споживачів. Прийняття рішення про покупку. Методи вивчення споживчого попиту  
Сегментація ринку як елемент дослідження. Ємність ринку. Вивчення конкурентів, посередників, постачальників  
Аналіз ринкових можливостей підприємства.  
Позиціонування продуктів та торгових марок на ринку

Тема 4. Маркетингова товарна політика

Поняття товару та послуги. Основні ринкові характеристики товару. Зміст та складові частини товарної політики підприємства. Визначення місця товару на ринку.  
Поняття про життєвий цикл товару.  
Розгорнуте визначення якості товару.  
Поняття конкурентоспроможності товару.  
Розроблення об'єктів комерційного пропонування. Новий товар, критерії новизни.  
Фірмовий стиль підприємства. Товарні знаки в маркетинговій діяльності.

Тема 5. Маркетингова цінова політика

Поняття ціни та цінової політики підприємства.  
Стратегія і задачі ціноутворення в системі маркетингу. Види і структура цін.  
Ціноутворення на ринках різних товарів. Види цінової стратегії.  
Вибір методу ціноутворення в залежності від тактичних цілей підприємства.

#### Тема 6. Маркетингова політика розподілу та просування

Сутність та цілі маркетингового розподілу товарів та послуг.

Канали розподілу, їх функції. Рівні каналів розподілу.

Поняття товароруку. Логістичні рішення розподілу товарів.

Торговий маркетинг. Поняття товароруку. Франчайзинг у системі розподілу товарів

#### Тема 7. Оптова торгівля в системі маркетингу

Суть і місце оптової торгівлі в ринковому процесі.

Поняття та організація складського господарства. Товарні склади.

Види складських приміщень та їх планування.

Порядок формування асортименту товарів на оптових підприємствах.

#### Тема 8. Товаропостачання роздрібною торговельною мережею

Сутність і основні вимоги до товаропостачання.

Фактори, які впливають на організацію товаропостачання. Форми товаропостачання: транзитна і складська.

Організація і технологія завою товарів у роздрібні торгові підприємства.

#### Тема 9. Роздрібна торгівля в системі маркетингу

Суть роздрібною торгівлі. Види роздрібною торгівлі.

Поняття роздрібною торговельною мережею. Спеціалізація магазинів. Типізація магазинів.

Роздрібні формати.

Торгово-технологічний процес в магазинах.

Асортиментна політика в роздрібній торгівлі.

Організація роботи з роздрібною продажу товарів. Специфіка продажу товарів роздрібними підприємствами. Основні правила роздрібною торгівлі.

Мерчендайзинг.

Магазинні та позамагазинні форми продажу товарів і умови їх застосування. Методи активізації продажу товарів.

Організація дрібнороздрібною торгівлі. Торговля на ярмарках та базарах. Посилкова торгівля. Особливі форми продажу товарів.

Система послуг у роздрібній торгівлі. Формування системи послуг у магазинах різного типу. Сутність і види сервісного обслуговування

#### Тема 10. Маркетингова політика комунікацій

Комунікаційна політика фірми. Інструменти комунікаційної політики.

Сприйняття споживачами товарної марки і товарного знаку підприємства, упаковки.

Формування позитивного суспільного іміджу підприємства.

Стимулювання збуту товарів. Критерії вибори форм і методів стимулювання збуту в залежності від ринкової ситуації.

#### Тема 11. Управління та контроль маркетингової діяльності

Поняття управління маркетингом. Розробка маркетингової стратегії підприємства.  
Контроль та ревізія маркетингу. Типи маркетингового контролю.  
Організаційні форми маркетингу. Організаційна структура відділу маркетингу.

#### Тема 12. Інформаційні системи у маркетинговій діяльності

Побудова інформаційного маркетингу на підприємстві. Мета, завдання та функції інформаційного маркетингу.  
Види інформаційного маркетингу.  
Сутність електронної комерції, її особливості та завдання.  
Суть та принципи Інтернет-маркетингу.

#### Тема 13. Особливості міжнародного маркетингу

Сутність міжнародного маркетингу. Мета виходу підприємства на міжнародний ринок.  
Форми здійснення бізнесу на міжнародному ринку. Особливості сучасного світового ринку.  
Особливості міжнародного та європейського маркетингового середовища. Складові комплексу маркетингу на міжнародному ринку.  
Сутність та особливості міжнародних маркетингових досліджень. Маркетингове товаропросування на світових ринках



## **Програма для вступних випробувань**

### **з дисципліни «Комерційна діяльність»**

#### Тема 1. Поняття, суть і завдання комерційної діяльності підприємств

Сутність, роль, зміст та задачі комерційної діяльності. Правова та економічна основа ведення комерційної діяльності в Україні.

Професійна етика комерсанта. Особистісні та професійні вимоги до сучасного комерсанта. Ділове листування в комерційній роботі.

Інформаційне забезпечення комерційної діяльності. Комерційна таємниця і комерційний секрет. Засоби захисту комерційної таємниці. Промислове шпигунство.

Поняття товарного знаку. Роль товарних знаків в комерційній роботі.

#### Тема 2. Функції комерційних служб підприємств

Комерційна служба на підприємстві. Види та функції комерційної служби.

Суть та принципи планування діяльності підприємства.

Внутрішньофірмове планування. Бізнес-план.

Бізнес-операція, її зміст, ресурсне забезпечення та етапи проведення.

#### Тема 3. Суб'єкти комерційної діяльності

Поняття суб'єкту комерційної діяльності.

Характеристика основних суб'єктів ринку, їх цілі і роль в задоволенні і формуванні потреб населення в товарах та послугах.

Організаційно – правові форми підприємства залежно від форми власності та форми організації.

#### Тема 4. Експортно – імпорتنі операції

Міжнародні комерційні операції, їх види. Організація експортно-імпорتنих операцій.

Організація комерційної діяльності на зовнішньому ринку. Суб'єкти ЗЕД.

Міжнародні комерційні операції, їх види. Організація експортно-імпорتنих операцій.

Техніка оформлення зовнішньоекономічних операцій. Зміст зовнішньоторговельного контракту купівлі-продажу товарів.

#### Тема 5. Організація і планування закупівельної діяльності підприємств

Сутність планування забезпечення виробництва матеріальними ресурсами в умовах ринку.

Визначення потреби в матеріальних ресурсах. Сутність, роль та зміст закупівельної роботи. Етапи закупівельної роботи. Вивчення джерел закупівлі товарів. Критерії вибору постачальників та каналів товароруку.

Організація закупівель товарів на ярмарках і виставках. Логістичні рішення в сфері оптових закупівель.

#### Тема 6. Організація і планування збутової діяльності підприємств

Комерційна діяльність по збуту продукції на промисловому підприємстві.

Дослідження товарного ринку.

Планування збуту продукції.

Організація оперативної – збутової діяльності. Логістичні рішення в сфері збуту.

Стимулювання збуту товарів.

#### Тема 7. Організація комерційних зв'язків з постачання і збуту

Сутність та порядок регулювання господарських зв'язків. Види та етапи господарських зв'язків. Нормативні акти, що регламентують господарські зв'язки. Прямі договірні зв'язки торгових підприємств з виробниками товарів. Заявки та замовлення.

Господарські договори у комерційній діяльності, їх суть.

Поняття та правове регулювання договорів. Класифікація договорів. Загальні положення договору купівлі – продажу. Договір на постачання товарів.

#### Тема 8. Організація і технологія продажу товарів

Торгівля як сфера комерційної діяльності. Функції торгівлі та параметри її ресурсного потенціалу.

Сутність комерційної роботи з продажу товарів. Комерційна робота з оптового продажу товарів.

Організація комерційної роботи з роздрібного продажу товарів. Специфіка продажу товарів роздрібними підприємствами. Основні правила роздрібної торгівлі.

Біржова торгівля. Правила біржової торгівлі. Біржові угоди.

Організація торгівлі на аукціонах, конкурсах (тендерах).

Організація торгівлі на виставках та ярмарках.

Торгово-закупівельні системи в електронній торгівлі. Електронна комерція. Електронна біржа. Інтернет-аукціони. Електронні торгові майданчики.

#### Тема 9. Комерційна діяльність на оптовому та роздрібному ринку

Суть і місце оптової торгівлі в ринковому процесі. Функції оптової торгівлі. Види оптової торгівлі.

Оптове підприємство як основний суб'єкт оптового ринку, його комерційні функції.

Суть роздрібної торгівлі. Види роздрібної торгівлі.

Функції і завдання роздрібної торгівлі. Принципи розвитку роздрібної торгівлі.

Зміст комерційної діяльності в роздрібній торгівлі: вивчення попиту на товари, формування асортименту товарів, реклама товарів, організація продажу товарів, надання послуг.

Система послуг у роздрібній торгівлі.

#### Тема 10. Ризики та ефективність комерційної діяльності

Суть і зміст комерційного ризику. Причини та види комерційного ризику.

Ефективність як економічна категорія.

**Програма для вступних випробувань**  
**з дисципліни «Комунікаційна діяльність»**

Тема 1. Комунікації в системі маркетингу

Поняття маркетингової політики комунікацій. Маркетингові комунікації: сутність, цілі, завдання.

Комплекс маркетингових комунікацій: рекламування, стимулювання продажу товарів, робота з громадськістю, особистий (персональний) продаж, реклама на місці продажу, прямий маркетинг, виставки та ярмарки, упаковка.

Тема 2. Стратегії та планування маркетингових комунікацій

Стратегічне маркетингове планування. Стратегія та планування маркетингових комунікацій як складова частина стратегії та планування маркетингу.

Тема 3. Організація маркетингових комунікацій

Організація маркетингової політики комунікацій.

Тема 4. Рекламування товару

Процес рекламування. Поняття реклами. Види та функції реклами. Рекламні кампанії. Рекламні звернення.

Тема 5. Стимулювання продажу товарів

Поняття стимулювання продажу товарів

Заходи стимулювання продажу, спрямовані на споживача. Заходи щодо стимулювання торгових посередників. Заходи щодо стимулювання власного персоналу.

Тема 6. Організація роботи з громадськістю

Зміст роботи з громадськістю (паблік рилейшнз). Особливості роботи з пресою.

Спонсоринг.

Політична реклама та її особливості.

Тема 7. Реклама на місці продажу

Реклама на місці продажу. Види та форми реклами на місці продажу.

Тема 8. Прямий маркетинг

Прямий маркетинг. Сучасні технології прямого маркетингу.

Тема 9. Організація виставок і ярмарків

Торгові виставки та ярмарки..

Тема 10. Персональний продаж товарів

Поняття персонального продажу товарів і послуг.

Тема 11. Упаковка як засіб комунікацій

Упаковка товарів.

Упаковка і фірмовий стиль.

Тема 12. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій

Загальна оцінка комунікативної ефективності маркетингових зусиль.