



ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії НТУ «ДП»,  
ректор *Г.Г. Півняк*

Г.Г. Півняк

«*18*» *лютого* 2021 р.

## ПРОГРАМА

вступного фахового екзамену за ступенем бакалавра спеціальності  
**075 Маркетинг**  
на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста

Уміння, що контролюються	Зміст програми
Визначати та аналізувати потреби споживачів. Визначати, які фактори маркетингового середовища впливають на діяльність фірми. Визначати долю ринку компанії. Обирати критерії сегментування споживчих та промислових ринків. Визначати позиціонування товару. Аналізувати маркетингову інформацію.	<b>1 Основи маркетингової діяльності</b> 1.1 Потреби споживачів 1.2 Зовнішнє середовище маркетингу 1.3 Сегментування ринку та позиціонування товару 1.4 Система маркетинговий інформації та маркетингових досліджень
Визначати основні елементи комплексу маркетингу. Оцінювати конкурентоспроможність товару. Визначати маркетингові рішення на різних етапах життєвого циклу товару. Визначати фактори, які впливають на встановлення ціни. Обирати метод ціноутворення відповідно до визначених цілей ціноутворення. Визначати складові комплексу розподілу. Визначати оптимальну величину товарного запасу. Визначати складові комплексу просування товару.	<b>2 Комплекс маркетингу та його елементи</b> 2.1 Товарна політика 2.2 Цінова політика 2.3 Політика розподілу 2.4 Комунікаційна політика
Використовувати методи товарознавства: вимірювання, класифікацію, кодування, та ін. Формувати та аналізувати асортимент товарів. Визначати номенклатуру, споживчих властивостей і показників товарів, оцінювати якості товарів. Формувати інформаційне забезпечення руху товару від виробника до споживача.	<b>3 Комерційне товарознавство</b> 3.1 Методи товарознавства 3.2 Класифікація та асортимент товарів 3.3 Якість товарів та її показники 3.4 Засоби товарної інформації

<b>Уміння, що контролюються</b>	<b>Зміст програми</b>
<p>Аналізувати структуру основних фондів, види і показники їх зношування; матеріальний склад і структуру оборотних фондів, показники використання матеріальних ресурсів, види оборотних коштів та методи розрахунку їх нормативів; показники та методи вимірювання продуктивності праці; форми і системи оплати праці.</p> <p>Розраховувати показники ефективності використання основних фондів та оборотних коштів підприємства.</p>	<p><b>4 Ресурсне забезпечення діяльності підприємства</b></p> <p>4.1 Основні фонди і потужність підприємства</p> <p>4.2 Оборотні фонди та оборотні засоби підприємства</p> <p>4.3 Персонал підприємства і продуктивність праці</p> <p>4.4 Оплата праці на підприємстві</p>
<p>Аналізувати класифікацію витрат, види та показники собівартості продукції; порядок ціноутворення; структуру балансу підприємства; доходи підприємства та порядок формування фінансових результатів його діяльності; показники ефективності діяльності підприємства.</p> <p>Визначати фінансовий результат від операційної діяльності.</p> <p>Розраховувати суму чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт), суму валового прибутку (збитку) підприємства.</p>	<p><b>5 Витрати та фінансово-економічні результати діяльності підприємств</b></p> <p>5.1 Витрати виробництва і собівартість продукції</p> <p>5.2 Ціна і ціноутворення в ринкових умовах</p> <p>5.3 Фінансові результати діяльності підприємств</p> <p>5.4 Ефективність діяльності підприємств</p>

### **Рекомендована література**

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підруч. 7-е вид., доп. Київ : Лібра, 2010. 720 с.
2. Комерційне товаровознавство / В.А. Павлова, Г.А. Рижкова, Л.А. Гончар та ін. Київ : Кондор, 2012. 286 с.
3. Оснач О.Ф Товарознавство : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 219 с.
4. Економіка підприємства : підруч. / за ред. С.Ф. Покропивного. 2-е вид., перероб. та доп. Київ : КНЕУ, 2001. 528 с.