

Міністерство освіти і науки України
Новокаховський політехнічний коледж
Одеського національного політехнічного університету

Затверджую

ВО директора коледжу

Л.В. Саврадім

2018 р.



ПРОГРАМА

фахових вступних випробувань

на навчання за освітньо-кваліфікаційний рівень молодший спеціаліст спеціальності 075 «Маркетинг» (спеціалізація «Комерційна діяльність»)

для вступників на основі раніше здобутого освітньо-кваліфікаційного рівня: «кваліфікований робітник»

з нормованим терміном навчання на вакантні місця

Розглянуто і схвалено ПЦК
з обліково-економічних дисциплін
Протокол № 7 від 16.03.2018 р.

Голова комісії *В.Л. Санін* В.Л. Санін

1 Мета вступних випробувань

Метою фахового вступного випробування є визначення рівня підготовленості вступників для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» спеціальності 075 «Маркетинг» (спеціалізація «Комерційна діяльність»), виявлення їх реальних знань, умінь і навичок.

Програма фахового вступного випробування для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» за спеціальністю 075 «Маркетинг» (спеціалізація «Комерційна діяльність») на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «кваліфікований робітник» має комплексний характер, створена у відповідності зі змістом основних профільних дисциплін навчального плану підготовки кваліфікованих робітників у частині фундаментальної та професійно-практичної підготовки.

Програму фахового вступного випробування скомпоновано в модуль, який інтегрує знання з основних дисциплін фахової підготовки. При цьому органічно поєднуються теоретичні та прикладні питання, які дозволяють перевірити розуміння абітурієнтом програмного матеріалу профільної дисципліни професійної підготовки, оцінити здатності абітурієнта до творчого використання набутих знань.

2 Допуск до вступних випробувань

До участі у фахових вступних випробуваннях допускаються вступники, які дотрималися усіх норм і правил, передбачених чинним законодавством, правилами вступу до Новокаховського політехнічного коледжу Одеського національного політехнічного університету.

3 Вимоги до вступних випробувань

Для прийому осіб, які на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «кваліфікований робітник» вступають для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст», Правилами прийому до Новокаховського політехнічного коледжу Одеського національного політехнічного університету передбачений конкурсний відбір за результатами фахового вступного випробування.

У процесі підготовки до фахового вступного випробування рекомендується користуватися основною літературою, яку подано наприкінці програми.

Фахове вступне випробування проводиться у формі тестування. Абітурієнт повинен володіти темами:

ПРОГРАМА ПІДГОТОВКИ ДО ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ З «КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ» СТИСЛИЙ ЗМІСТ ПРОГРАМИ ЗА ТЕМАМИ

Тема 1 Поняття, суть і завдання комерційної діяльності підприємств

Походження терміну комерційна діяльність. Сучасне тлумачення комерційної діяльності. Сутність поняття підприємство. Відмінність комерційної діяльності від підприємства.

Предмет комерційної роботи підприємства. Суть комерційної роботи на підприємстві. Предмет, зміст і завдання курсу «Комерційна діяльність». Роль і завдання розвитку комерційної роботи на сучасному етапі.

Тема 2 Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності

Суб'єкти ринку: -комерсант, -бізнесмен, -посередник, -менеджер.

Посередницькі підприємства і структури. Комерційно-посередницька діяльність. Ринок товарів і послуг як сфера комерційної діяльності посередницьких підприємств. Роль і завдання розвитку комерційного посередництва на сучасному етапі. Методологічні основи комерційної діяльності посередницького підприємства. Характер і зміст процесів, що відбуваються на ринку посередницьких послуг. Управління формуванням і розвитком цільових ринків.

Етичні норми у комерційному посередництві.

Поняття товару. Групування товарів. Класифікація споживчих товарів. Класифікація споживчих послуг. Класифікація товарів відповідно до споживчих звичок. Класифікація товарів виробничого призначення. Характеристики асортименту товарів.

Поняття товарної марки та товарного знаку. Реєстрація товарних знаків. Що не може бути товарним знаком згідно чинного законодавства. Функції товарних знаків. Вимоги до створення товарних знаків.

Поняття якості товару. Показники якості товарів. Кількісна характеристика показників якості. Показники призначення, збереженості, естетичні, транспортабельності, безпеки у споживанні. Естетичні показники. Показники транспортабельності Показники безпеки.

Стандартизація і сертифікація продовольчих товарів. Міждержавні стандарти. Галузеві стандарти України (ГСТУ). Стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок України (СТТУ). Стандарти підприємств (СТП). Технічні умови України (ТУУ). Інформаційний покажчик «Стандарти».

Тема 3 Дослідження ринку товарів та послуг

Структура споживчого ринку. Показники кон'юнктури виробництва споживчих товарів. Показники збутової і торгової кон'юнктури. Методика дослідження кон'юнктури споживчого ринку.

Цілі, завдання і зміст кон'юнктурних досліджень товарних ринків. Інфраструктура товарного ринку. Технологічна послідовність проведення досліджень. Кон'юнктурні характеристики товару на ринку. Визначення типів і обсягів комерційної інформації, необхідної для прийняття рішень за результатами кон'юнктурних досліджень. Вибір методів збирання, систематизації та аналізу даних досліджень. Дослідження зовнішнього середовища, посередницьких підприємств.

Дослідження конкурентів і визначення їхніх позицій. Вивчення намірів і уподобань споживачів. Визначення факторів успішності товарів на ринку. Визначення кон'юнктури товарного ринку.

Тема 4 Експортно-імпортні операції

Роль посередницької ланки в організації комерційної діяльності на зовнішньому ринку. Класифікація торгово-посередницьких фірм на світовому ринку. Експортні та імпортні фірми, приклади їх існування на українському ринку. Основні принципи та напрямки діяльності транснаціональних корпорацій. Види діяльності міжнародних

торгових домів. Торгово-промислова палата як різновид недержавних некомерційних суспільних організацій, її завдання.

Міжнародна комерційна операція. Суб'єкти і об'єкти міжнародної комерційної операції. Основні та забезпечуючі міжнародні комерційно-посередницькі операції.

Суть та види міжнародних торгово-посередницьких операцій: операції з перепродажу, комісійні, агентські, брокерські. Суть торгівлі ліцензіями та інжиніринговими послугами. Операції, що забезпечують виконання міжнародних комерційних операцій: транспортно-експедиторські, складські, страхові, фрахтові.

Поняття міжнародної торгової угоди. Структура і зміст зовнішньоторговельного контракту, його основні умови та їх обґрунтування.

Поняття митниці та її функції. Організація митної справи в Україні. Поняття митного оформлення та контролю вантажів.

Тема 5 Організація і планування закупівельної діяльності підприємств

Суть закупівельної роботи. Роль і зміст закупівельної роботи. Етапи закупівельної роботи. Етапи комерційної роботи з оптових закупівель товару. Вивчення і пошук комерційних партнерів по закупівлі товарів. Вивчення і прогнозування купівельного попиту.

Класифікація постачальників. Організація господарських зв'язків із постачальниками товарів. Контроль та облік надходження товарів від постачальників.

Тема 6 Організація і планування збутової діяльності підприємств

Форми і порядок розрахунків підприємств зі своїми контрагентами. Правила готівкових розрахунків на підприємстві. Правила безготівкових розрахунків. Форми безготівкових розрахунків: платіжні доручення, платіжні вимоги-доручення, векселі, чеки, акредитиви, розрахунок в порядку планових платежів.

Сегментування ринку. Фактори сегментування ринку: демографічні, географічні, поведінкові та психографічні. Ознаки сегментування ринку. Методи сегментування ринку. Типи каналів

збуту. Методи збуту. Організація служби збуту на підприємстві. Пошук потенціальних клієнтів. Стадії розробки плану збуту.

Підготовка прогнозів загальногосподарської і ринкової кон'юнктури. Підготовка прогнозу збуту підприємства. Розробка фінансового кошторису збуту. Установлення норм збуту. Вибір каналів розподілу товарів. Складання планів збуту. Розробка планів торгової інформації. Статистичний аналіз ходу продажу.

Тема 7 Організація комерційних зв'язків з постачання і збуту

Правові засади закріплення комерційних зв'язків: договори, контракти, угоди.

Основні види договорів, що використовуються в комерційній діяльності посередницьких підприємств: договір купівлі-продажу, договір постачання, договір комісії, договір доручення, їх відмінні риси.

Зміст договору купівлі-продажу. Загальні засади оформлення договорів постачання продукції. Договір комісії та доручення на купівлі-продаж товарів. Оцінка виконання договорів. Забезпечення ефективності комерційних угод.

Тема 8 Організація складського господарства і технологія складських операцій

Основні функції матеріальних складів, складів готової продукції, накопичувальних, транзитно-перевалочних складів. Основні функції складів сезонного зберігання і сортувально-розподільних складів. Класифікація складів. Характеристика відкритих, напівзакритих та закритих складів. Характеристика глибинних та прирейкових складів.

Основні види приміщень підприємства, яке має критий загально товарний склад. Основні зони загально товарного складу. Устаткування для зберігання тарно-пакувальних товарів. Устаткування для зберігання штучних товарів. Види піддонів. Устаткування для зберігання насипних та наливних вантажів. Підйомно-транспортні машини. Коефіцієнт механізації робіт на складі.

Тема 9 Організація і технологія продажу товарів

Чинники, що впливають на активізацію продажу. Процес мотивації. Трикутник мотивації. Презентаційна та комунікаційна модель мотивації. Поради продавцю при використанні презентаційної моделі мотивації продажу. Переваги та недоліки. Поради продавцю при використанні комунікаційної моделі мотивації. Переваги та недоліки. Протиріччя між стратегіями мотивації. Ситуаційні моделі мотивації продажів.

Невербальні методи психології результативних продаж. Невербальні сигнали: міміка, положення рук та ніг, жестикуляція. Особистісний простір. Сигнали очей. Постава і поза. Значення деяких жестів. Метамова, або як читати між рядками.

Стимулювання продаж. Мета стимулювання продаж. Особливості проведення заходів зі стимулювання продаж. Види стимулювання продаж. Стимулювання споживачів з різним ставленням до товарної марки. Переваги та недоліки стимулювання продажів.

Тема 10 Комерційна діяльність на оптовому ринку

Суть ярмаркової і виставкової діяльності. Класифікація ярмарків і виставок за територіальною ознакою, за товарним профілем, за тривалістю і способом проведення.

Порядок підготовки і проведення ярмарків в Україні і за кордоном. Порядок укладання договорів поставки товарів на ярмарках.

Суть біржової торгівлі. Визначення товарних бірж. Роль і функції товарних бірж.

Контингент суб'єктів біржової торгівлі. Об'єкти біржової торгівлі товарами. Механізм проведення біржових торгів. Реєстрація біржових контрактів і об'єктів. Проведення розрахунків на біржах.

Суть біржових операцій і об'єктів. Класифікація об'єктів і операцій на товарних біржах. Зміст біржових об'єктів. Види біржових посередників. Організація роботи брокерських контор. Особливості проведення біржових операцій.

Суть товарних аукціонів. Основні стадії проведення аукціону.

Порядок оформлення розрахунку за придбані на аукціоні товари.

Тема 11 Формування товарного асортименту товарів підприємства оптової торгівлі

Порядок формування і регулювання асортименту товарів на оптових торгових підприємствах. Принципи підбору і встановлення товарного асортименту. Планування асортименту товарів. Роль товарних запасів у забезпеченні асортименту. Управління товарними запасами на складах оптових торгових підприємств.

Тема 12 Організація оптового продажу товарів

Значення та зміст закупівельної роботи. Особливості договору поставки та його зміст. Значення і зміст комерційної роботи з продажу товарів. Організація комерційної роботи з оптового продажу товарів.

Тема 13 Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі

Основні поняття роздрібною торгівлі. Методи роздрібного продажу товарів. Магазинний та поза магазинний методи продажу товарів. Характеристика форматів: гіпермаркет, супермаркет, кешендкеррі, м'який та жорсткий дискаунтери. Особливості роздрібною торгівлі в Україні. Закон Порето. Сучасні тенденції роздрібною торгівлі в Україні.

Тема 14 Ризики та ефективність комерційної діяльності

Суть і зміст комерційного ризику, класифікація ризиків. Аналіз і оцінка комерційного ризику. Суть, методи та критерії ефективності комерційної діяльності. Показники ефективності комерційної діяльності. Прибуток підприємства. Ефективність комерційної діяльності. Формування кінцевих результатів і ефективності комерційної діяльності. Економічний ефект. Соціальний ефект. Локальний ефект. Народногосподарський ефект. Критерій ефективності комерційної діяльності. Показники ефективності комерційної діяльності. Чистий прибуток. Доходи та витрати. Рентабельність діяльності. Показники ефективності використання основних засобів й товарних ресурсів.

4 Організація вступних випробувань

Проведення фахового вступного випробування здійснюється у письмовій формі на протязі 1 год. 30 хв. (дві академічні години) у відповідності до розкладу іспитів вступної компанії в коледжі.

Кожний абітурієнт отримує індивідуальний варіант тестового завдання, лист - чернетку та особовий номер для кодування тесту.

Перед початком вступного випробування представники приймальної комісії проводять інструктаж щодо правил виконання тестового завдання.

5 Критерії оцінювання виконання тестів

Білет вступного фахового випробування складається з двох блоків:

- 1 Блок тестового завдання.
- 2 Блок практичного завдання.
- 3 За вірну відповідь на запитання тесту абітурієнт отримує 1 бал (максимальна кількість - 7 балів)
- 4 За вірний розв'язок практичного завдання абітурієнт отримує максимальну кількість - 5 балів:

Абітурієнт отримує максимальну кількість балів за виконання практичного завдання – 5 балів, якщо завдання виконано ним вірно, раціонально, виконання дій обґрунтовані з поясненнями.

Меншу кількість балів абітурієнт отримує за завдання виконані частково вірно або в неповному об'ємі.

Якщо абітурієнт за результатами фахового вступного випробування отримав загальну кількість 4 бали, то він приймає участь у конкурсі на зарахування до коледжу.

6 Рекомендована література

Базова

- 1 Антонюк Я.М. Комерційна діяльність. Навчальний посібник для ВНЗ (затв. МОН України) / Я.М. Антонюк, І.Г. Шиндировський. – Видавництво: Магнолія, 2013. – 332 с.
- 2 Апопій В.В. Комерційна діяльність: підручник. 2-ге вид., перероб., доп. / За ред. В.В. Апопія. — К. : Знання, 2014. – 558с. – [Допущено МОН України].
- 3 Виноградська, А.М. Технологія комерційного підприємництва: навч. посіб. / А. М. Виноградська. – К. : ЦНЛ, 2016. – 780с. – [Рекомендовано МОН України].
- 4 Грищенко, І.М. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: підручник / І. М. Грищенко. – К. : Грамота, 2015.– 448с. – [Рекомендовано МОН України].
- 5 Жук М.В. Комерційні відносини України: Підручник / М.В. Жук – Чернівці: Рута, 2013. – 576 с.
- 6 Тарасюк Г.М. Планування комерційної діяльності: Навч. посіб. (рек. МОН України) / – К.: Каравела, 2014. – 400 с.

Допоміжна

- 1 Адамик О.В. Облік комерційної діяльності. Підручник для ВНЗ (затв. МОН України) / О.В. Адамик, М.Р. Лучко. – Видавництво: Карт-бланш, 2015. – 441 с.
- 2 Антонюк Я.М. Комерційна діяльність Підручник для ВНЗ (доп. МОН України) / За ред. Апопія В.В., Гончарук Я.А., Бабенко С.Г., Апопій В.В. – К.: Знання, 2014. – 558 с.
- 3 Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку / М.І. Белявцев, Л.В. Шестопалова. – К.: Центр навчальної літератури, 2015. – 416 с.
- 4 Васильєв Г.А. Комерційна діяльність промислової фірми. / Г.А. Васильєв, Л.В. Осипова – М.: Економічна освіта, 2013. – 345 с.
- 5 Гаркавенко С. С. Маркетинг: Підручник. / С.С. Гаркавенко – К.: Лібра, 2014. – 720 с.
- 6 Гребньов А.І. Економіка торгівельного підприємства: Підручник / Під ред. Гребньова А.І. – М.: Економіка, 2014. – 238 с.
- 7 Куклін О.В. Комерційна діяльність організацій: Курс лекцій: Навчальний посібник. / О.В. Куклін – Черкаси: Кур'єр, 2015. – 156 с.
- 8 Маркетинг. Підручник / В.Руделіус, О.М.Азарян, Н.О.Бабенко та ін. Ред.-упор. О.І.Сидоренко, Л.С.Макарова. - 3-тє вид. - К: Навчально-методичний центр "Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2014. – 648 с.
Осипова Л.В. Основи комерційної діяльності. / Л.В. Осипова, І.М. Синяєва М.:Юніті –Дана. – 2013. – 325 с.
- 9 Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник. 9-е изд., перераб. и доп. / Ф.Г Панкратов — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. – 503 с.