

Відокремлений структурний підрозділ
«Івано-Франківський фаховий коледж ресторанного сервісу і туризму
Національного університету харчових технологій»

ЗАТВЕРДЖЕНО
Заступник голови
приймальної комісії
Мурсен
Віра КУЗНЕЦОВА



Програма
фахового вступного випробування (індивідуальної усної співбесіди)
з **Технології торгівлі**
для вступників на основі освітньо-кваліфікаційного рівня кваліфікований робітник
для здобуття освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр
за спеціальністю **075 Маркетинг**
освітня програма «**Маркетинг**»

РОЗГЛЯНУТО
на засіданні приймальної комісії
Протокол № 3 від «19» травня 2022р.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма фахового вступного випробування підготовлена для вступного випробування у формі індивідуальної усної співбесіди для здобуття освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра за спеціальністю **Маркетинг**, освітня програма «**Маркетинг**» на основі здобутого освітньо-кваліфікаційного рівня кваліфікованого робітника.

Мета фахового вступного випробування - визначення рівня підготовленості вступників, які бажають навчатись у ВСП «Івано – Франкському фаховому коледжі ресторанного сервісу і туризму НУХТ», виявлення їх реальних знань, умінь і навичок, як майбутніх студентів.

Вступне випробування проводиться за основним предметом навчального плану підготовки кваліфікованого робітника Технологія торгівлі.

Програму фахового вступного випробування складено у відповідності до вимог Державного стандарту ПТО. Для вступників, які здобули освітньо-кваліфікаційний рівень кваліфікований робітник вступні фахові випробування проводяться в усній формі.

На вступному випробуванні вступник повинен показати:

- володіння системними знаннями навчального матеріалу;
- усвідомлення і засвоєння нової інформації в обсязі, передбаченого програмою;
- володіння узагальненими професійними знаннями;
- виявлення пізнавально-творчого інтересу до обраної професії, новітніх технологій.

За результатами фахового вступного випробування приймальна комісія здійснює зарахування на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «фаховий молодший бакалавр».

Зміст програми

Технологія торгівлі

Тема 1. Суть, роль, зміст та завдання торгівлі

Поняття торгівлі. Роль торгівлі на сучасному етапі . Функції торгівлі Суб'єкти сфери торгівлі на ринку товарів та послуг.

Особистісні та професійні вимоги до комерційного працівника (до агента з постачання). Етичний кодекс підприємця-комерсанта. Етикет ділової людини. Техніка ділового спілкування. Безконфліктне спілкування. Проведення ділової бесіди, телефонної розмови, ділових переговорів. Ділові листи в комерційній діяльності.

Торгові комерційні структури, їх класифікація. Підприємство як суб'єкт комерційної діяльності. Механізм створення власної справи. Установчі документи комерційного підприємства (фірми). Бізнес план. Державна реєстрація.

Тема 2. Організація господарських зв'язків.

Сутність та порядок регулювання господарських зв'язків.

Договори в комерційній діяльності. Поняття та правове регулювання. Види договорів. Порядок укладання та виконання договорів, зміни та розірвання договорів. Класифікація договорів. Ефективність роботи з організації господарських зв'язків.

Тема 3. Комерційна діяльність із закупівлі товарно-матеріальних цінностей.

Основи організації матеріально-технічного постачання. Сутність, роль та зміст закупівельної роботи. Планування закупівельної роботи. Методи вивчення та оцінки постачальників. Вибір постачальників.

Організація та оформлення поточних оптових закупівель товарів (товарно-матеріальних цінностей) на товарних біржах, аукціонах, оптових ярмарках (виставках) тощо.

Правила та організація приймання товарно-матеріальних цінностей від постачальників та від матеріально-відповідальних осіб. Нормативні та супровідні

документи товарно-матеріальних цінностей. Правила оформлення перевізних документів.

Правила приймання продукції за кількістю та якістю.

Тема 4. Механічне та немеханічне устаткування, тара і ваговимірювальне обладнання.

Класифікація, вимоги до немеханічного устаткування. Види немеханічного устаткування, призначення, догляд, безпека при використанні.

Роль тари та упаковки в торгово-технологічному процесі.

Тара: призначення, класифікація, види, маркування. Стандартизація, уніфікація та якість тари. Обіг тари.

Ваговимірювальні засоби: класифікація, вимоги, правила експлуатації.

Тема 5. Організація перевезення вантажів

Значення та функції транспорту в системі товароруку. Принципи діяльності, завдання та обов'язки агента з постачання (експедитора). Організація транспортних перевезень різними видами транспорту. Правила перевезення вантажів. Підготовка вантажів до перевезень. Правила і порядок приймання і відправлення вантажів.

Загальні засади організації вантажно-розвантажувальних робіт. Забезпечення збереження вантажів під час вантажно-розвантажувальних робіт. Особливості організації і технології розвантажування транспортних засобів.

Тема 6. Формування товарних запасів на підприємствах оптової та роздрібною торгівлі

Роль та функції оптової торгівлі в системі господарських відносин. Структура та інфраструктура оптової торгівлі. Види оптових підприємств та їх класифікація, роль в процесі товароруку.

Складське господарство: суть, роль, класифікація. Зміст, принципи організації торгово-технологічного процесу складу. Операції надходження та відпуску товарів на складі. Передача доставлених вантажів, оформлення документації по прийманню-передачі. Приймання вантажів зі складу у відповідності з супровідними документами.

Класифікація функції роздрібних торговельних підприємств. Суть товаропостачання, зміст і основні вимоги до його організації. Організація та

технологія товаропостачання роздрібних торговельних підприємств. Формування асортименту товарів на підприємствах оптової та роздрібної торгівлі.

Тема 8. Використання маркетингу в комерційній роботі

Роль маркетингу в комерційній діяльності. Маркетингові рішення торгових підприємств. Маркетингові дослідження у комерційній роботі. Використання реклами комерційними підприємствами. Види засобів реклами. Вітрини магазинів як засіб реклами. Викладка та демонстрація товарів . Підготовка та участь фірми у роботі ярмарок.

Тема 9. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств

Поняття зовнішньоекономічної діяльності. Види зовнішньоекономічної діяльності. Об'єкти зовнішньоекономічної діяльності. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності. Види операцій у торговельній зовнішньоекономічній діяльності. Поняття зовнішньоекономічного договору. Структура зовнішньоекономічного договору.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ

Оцінювання знань вступників проводиться за 200-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

180-200 балів	вступник дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати власне ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
160-179 балів	вступник у цілому відповів на поставлене запитання, але не зміг переконливо аргументувати власну відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку у відповіді.
140-159 балів	вступник отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
120-139 балів	вступник дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.
100-119 балів	вступник має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання
до 100 балів	вступник дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації чи взагалі не відповів.

Список рекомендованої літератури

1. Апопій В.В. та ін. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг. – К.: НМЦ “ Укоопосвіта ”, 2002 –458с.
- 2.Белевцев М.І., Іваненко Л.М. Маркетинг. Навчальний посібник. - Центр навчальної літератури,2005.
- 3.Вовчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник.-К.: КНЕУ, 1998.
- 4.Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник для економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. – К.: Лібра, 2004.
- 5.Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг: Навч. пос. К.: ІНКОС, ЦНЛ, 2007
- 6.Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинговий менеджмент : Підручник. – К.: Видавництво «Хімджест», 2008.
- 7.Куценко В.М. Маркетинговий менеджмент: Навч. пос. К.: МАУП, 2003
- 8.Парсяк В.Н., Рогов В.К. Маркетингові дослідження: Навч. пос. Херсон: Олді-плюс, 2004
- 9.Примак Т.О. Маркетинг: Навч. пос. К.: МАУП, 2001.
- Савельєв Є.В.та ін. Новітній маркетинг. Навч. пос.-К.: знання .2008.
- 10.Шкапова О.М. Маркетингова товарна політика: Навч. пос. К.: МАУП, 2003.

Голова предметної екзаменаційної комісії

Наталія КНЯЗЕВА