

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT)

Кафедра маркетингу та реклами

ЗАТВЕРДЖЕНО

Постанова вченої ради

31.10.2022

протокол № 7, п. 6

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ від 01.11.2022 № 197

**АТЕСТАЦІЙНИЙ ЕКЗАМЕН
/ CERTIFICATION EXAM**

РОБОЧА ПРОГРАМА

Ступінь вищої освіти	«молодший бакалавр»	/ «junior bachelor»
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»	/ 07 «Management and Administration»
Спеціальність	075 «Маркетинг»	/ 075 «Marketing»
Освітня програма	«Маркетинг»	/ «Marketing»
Форма навчання	денна	

Вінниця 2022

Розробники: Поліщук Ірина, доктор економічних наук, професор
Танасійчук Альона, доктор економічних наук, професор
Осіпова Л.В., к.е.н., доцент
Гарбар В.А., к.е.н., доцент

Гарант(и) освітньої програми «Маркетинг» – Танасійчук Альона, д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу та реклами

Обговорено та схвалено на засіданні кафедри маркетингу та реклами від 06.10.2022 протокол № 10;
на засіданні вченої ради факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування від 31.10.2022 протокол № 07.

Рецензенти: Довгань Юрій, кандидат економічних наук, доцент
Шевчук Володимир, заступник начальника управління по зв'язках з органами місцевого самоврядування, міжнародного та міжрегіонального співробітництва, проєктної діяльності та сприяння інвестиціям виконавчого апарату Вінницької обласної ради

Редактор: Фатєєва Т.
Комп'ютерна верстка: Тимощук М.

Підп. до друку 09.11.2022. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,80.
Обл.-вид. арк. 1,39. Тираж 2. Зам. № 292.

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА МІСЦЕ АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ В СТРУКТУРІ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Робоча програма атестаційного екзамєну підготовлена відповідно до освітньо-професійної програми для здобувачів освітнього ступеня «молодший бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг».

Робоча програма атестаційного екзамєну складається з таких розділів:

Розділ 1	Мета, завдання та місце атестаційного екзамєну в структурі освітньої програми.
Розділ 2	План підготовки студентів до атестаційного екзамєну за видами навчальної роботи.
Розділ 3	Тематика та зміст лекційних, практичних занять, самостійної роботи студентів.
Розділ 4	Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми, що виносяться на атестаційний екзамєн
Розділ 5	Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми, що виносяться на атестаційний екзамєн
Розділ 6	Приклад екзамєнаційного білета та критерії оцінювання.

Атестаційний екзамєн – це комплекс завдань, які дозволяють виявити рівень підготовки здобувачів вищої освіти, ступінь володіння професійними знаннями, уміннями та компетенціями, зазначеними в освітньо-професійній програмі.

Мета атестаційного екзамєну – виявлення рівня засвоєння теоретичних знань та практичних навичок здобувачів вищої освіти, їх відповідності вимогам компетенцій, що зазначені в освітньо-професійній програмі.

Атестаційний екзамєн складається з двох етапів:

- тестові завдання, що формують основні компетенції молодшого бакалавра, зазначені в освітньо-професійній програмі зі спеціальності 075 «Маркетинг»;
- практичні завдання (розв'язання розрахунково-аналітичних, ситуаційних, творчих завдань), що дозволяють перевірити сформованість відповідних умінь та навичок.

На атестаційний екзамєн виносяться наступні дисципліни (табл.1.1).

Таблиця 1.1 Дисципліни, які виносяться на атестаційний екзамєн

№ з/п		Дисципліни
1.	ОК 1	Економічна теорія
2.	ОК 2	Маркетингу
3.	ОК 3	Економіка і фінанси підприємства
4.	ОК 4	Маркетингові дослідження
5.	ОК 5	Маркетингові комунікації
6.	ОК 6	Маркетингова товарна та цінова політики
7.	ОК 7	Управління продажем та мерчандайзинг

**РОЗДІЛ 2. ПЛАН ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ДО АТЕСТАЦІЙНОГО
ЕКЗАМЕНУ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ**

Таблиця 2

Види навчальної роботи	Кількість годин
<i>1</i>	<i>2</i>
Аудиторні заняття	24
лекції	4
практичні заняття	20
Самостійна робота студентів	66
Всього годин / кредитів	90 / 3

**РОЗДІЛ 3. «ТЕМАТИКА ТА ЗМІСТ ЛЕКЦІЙНИХ, ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ,
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ»**

Таблиця 2

№	Вид навчальної роботи і короткий зміст	Години	Шифр кафедр
1	2	3	4
Лекції			
1	Лекція № 1 Сутність основних понять маркетингу та розвиток його концепцій 1. Предмет, завдання, зміст дисципліни «Маркетинг». Сутність маркетингу 2. Концепція маркетингового розвитку 3. Інформація в системі маркетингу	2	07.01
2	Лекція № 2 Сутність та види маркетингових досліджень 1. Сутність та види маркетингових досліджень 2. Методичні та інформаційні засади проведення маркетингових досліджень 3. Методичні та інформаційні засади проведення маркетингових досліджень	2	07.01
Практичні заняття			
1	Практичне заняття №1 Економічна теорія 1. Механізм зовнішньоекономічної політики. Інструменти зовнішньо– торговельної політики. Протекціонізм. Вільна торгівля. Іноземне інвестування. Порівняльна та абсолютна перевага. 2. Платіжний баланс. Типові компоненти платіжного балансу. Класифікація статей платіжного балансу та їх взаємозв'язок. Платіжний баланс України. 3. Валютний курс. Реальний і номінальний валютні курси. Вплив інфляції на номінальний валютний курс. Види валютних курсів. Попит та пропозиція валюти. Міжнародні системи валютних курсів.	2	08.02
2	Практичне заняття №2 Сутність основних понять маркетингу та розвиток його концепцій 1. Предмет, завдання, зміст дисципліни «Маркетинг». Сутність маркетингу 2. Концепція маркетингового розвитку 3. Інформація в системі маркетингу	2	07.01

3	Практичне заняття №3 Економіка і фінанси підприємства 1. Підприємство в системі ринкових відносин 2. Економічні характеристики продукції підприємства 3. Фінансові результати діяльності підприємства 4. Фінансово-майновий стан підприємства та методи його оцінки	2	08.02
4	Практичне заняття №4 Маркетингові дослідження 1. Сутність та види маркетингових досліджень 2. Методичні та інформаційні засади проведення маркетингових досліджень 3. Методичні та інформаційні засади проведення маркетингових досліджень	2	07.01
5	Практичне заняття №5 Маркетингові дослідження 1. Кількісні маркетингові дослідження 2. Дослідження якісного характеру 3. Аналіз маркетингових даних та інтерпретація результатів маркетингових досліджень	2	07.01
6	Практичне заняття №6 Маркетингові комунікації 1. Комунікаційна політика в системі маркетингу 2. Характеристика основних елементів комплексу маркетингових комунікацій підприємства 3. Управління маркетинговими комунікаціями підприємства	2	07.01
7	Практичне заняття №7 Маркетингові комунікації 1. Прийоми створення комунікаційного звернення 2. Прийоми створення комунікаційного звернення 3. Зв'язки з громадськістю як елемент маркетингових комунікацій підприємства	2	07.01
8	Практичне заняття №8 Маркетингова товарна та цінова політики 1. Товарна політика підприємства в системі маркетингу підприємства 2. Товар як об'єкт маркетингової товарної політики 3. Місце якості товарів у формуванні конкурентоспроможності товарів	2	07.01

9	Практичне заняття №9 Маркетингова товарна та цінова політики 1. Сутність маркетингової цінової політики та її формування 2. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу 3. Ціновий аналіз в маркетинговій діяльності підприємства	2	07.01
10	Практичне заняття №10 Управління продажем і мерчандайзинг 1. Сутність, цілі, завдання та функції управління продажем 2. Сутність, завдання та основні функції мерчандайзингу 3. Мерчандайзингові підходи до формування та управління асортиментом товарів 4. Управління роздрібним продажем товарів із застосуванням мерчандайзингу	2	07.01
Самостійна робота студентів			
1	Тема 1. Економічна теорія 1. Механізм зовнішньоекономічної політики. Інструменти зовнішньо– торговельної політики. Протекціонізм. Вільна торгівля. Іноземне інвестування. Порівняльна та абсолютна перевага. 2. Платіжний баланс. Типові компоненти платіжного балансу. Класифікація статей платіжного балансу та їх взаємозв'язок. Платіжний баланс України. 3. Валютний курс. Реальний і номінальний валютні курси. Вплив інфляції на номінальний валютний курс. Види валютних курсів. Попит та пропозиція валюти. Міжнародні системи валютних курсів.	8	08.02
2	Тема 2. Сутність основних понять маркетингу та розвиток його концепцій 1. Вивчений потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів 2. Товарна політика маркетингу 3. Збутова політика маркетингу	8	07.01
3	Тема 3. Економіка і фінанси підприємства 1. Планування діяльності підприємства 2. Конкурентоспроможність підприємства 3. Економічна безпека підприємства та його антикризова діяльність	10	08.02

4	Тема 4. Маркетингові дослідження 1. Неперервні маркетингові дослідження 2. Маркетингові дослідження товарів, ринків 3. Маркетингові дослідження ціни	6	07.01
5	Тема 5. Маркетингові дослідження 1. Дослідження в сфері маркетингових комунікацій 2. Організація та планування маркетингових досліджень	6	07.01
6	Тема 6. Маркетингові комунікації 1. Прямий маркетинг в комплексі маркетингових комунікацій підприємств 2. Форми та методи стимулювання продажу	6	07.01
7	Тема 7. Маркетингові комунікації 1. Роль виставок та ярмарків у комунікаційній політиці підприємства 2. Характеристика інших елементів комплексу маркетингових комунікацій 3. Організація та контроль комунікаційної діяльності підприємства	6	07.01
8	Тема 8. Маркетингова товарна та цінова політики 1. Формування товарного асортименту 2. Розроблення товарної інноваційної політики 3. Маркетингові підходи до формування служб сервісного обслуговування	4	07.01
9	Тема 9. Маркетингова товарна та цінова політики 1. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні 2. Маркетингові стратегії ціноутворення 3. Оцінювання помилки і ризику у встановленні цін	4	07.01
10	Тема 10. Управління продажем і мерчандайзинг 1. Основні підходи до системи управління продажем 2. Управління взаємодією з клієнтами в системі продажу 3. Упровадження мерчандайзингової діяльності товаровиробниками та підприємствами роздрібної торгівлі	8	07.01
Всього годин/кредитів		90/3	

**РОЗДІЛ 4 Матриця відповідності програмних компетентностей
компонентам освітньої програми, що виносяться на атестаційний
екзамен**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7
Інтегральна компетентність	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки, усвідомлювати цінності громадянського суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.			+				
ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.							
ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.		+	+	+	+	+	+
ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.		+	+	+	+	+	+
ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.		+	+	+	+	+	+
ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.			+	+	+	+	+
ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.							
ЗК 11. Здатність працювати в команді.			+	+	+	+	+
ЗК 12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.			+		+	+	+
СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання з маркетингу.			+	+	+	+	+
СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області маркетингу.			+	+	+	+	+
СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації явищ і процесів у маркетинговому середовищі.			+	+	+	+	+

СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту комплексу маркетингу і зв'язку між її складовими.			+	+	+	+	+
СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.			+	+	+	+	+
СК 6. Здатність досліджувати ринки товарів, послуг та здійснювати вибір найбільш вигідних ринків у відповідності з ресурсами і можливостями підприємства.	+	+	+	+	+	+	+
СК 7. Здатність визначати вплив функцій маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.			+	+	+	+	+
СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності підприємства.		+	+	+	+	+	+
СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень.			+	+	+	+	+
СК 10. Здатність визначати особливості функціонування ринків.	+		+	+	+	+	+
СК 11. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.			+	+	+	+	+
СК 12. Здатність планувати та організовувати діяльність з отримання інформації про стан і перспективи розвитку попиту і пропозиції.		+	+	+	+	+	+
СК 13. Здатність до вдосконалення функцій маркетингу на підприємстві.			+	+	+	+	+
СК 14. Здатність розробляти рекомендації з ефективного використання потенціалу підприємства в ринкових умовах та забезпечення його конкурентоспроможності.		+	+	+	+	+	+
СК 15. Здатність здійснювати моделювання поведінки споживачів, сегментування ринків та організовувати комплексні маркетингові ринкові дослідження.			+	+	+	+	+

**РОЗДІЛ 5 Матриця забезпечення програмних результатів навчання
відповідними компонентами освітньої програми, що виносяться на
атестаційний екзаме**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7
Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ маркетингової діяльності підприємства.			+	+	+	+	+
Р 2. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань з основ маркетингу та прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності підприємства.		+	+	+	+	+	+
Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	+	+	+	+	+	+	+
Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	+	+	+	+	+	+	+
Р 5. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління.			+	+	+	+	+
Р 6. Використовувати цифрові програмні продукти необхідні для провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.				+			
Р 7. Застосовувати засвоєнні нові знання, прогресивні технології та різноманітні інновації до провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.		+	+	+	+	+	+
Р 8. Розробляти альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень і доводити їх для виконання фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.			+	+	+	+	+
Р 9. Реалізація загальних функцій маркетингом на підприємстві.			+	+	+	+	+
Р 10. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.			+	+	+	+	+
Р 11. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.			+	+	+	+	+
Р 12. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.			+	+	+	+	+
Р 13. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.			+	+	+	+	+

Р 14. Демонструвати знання державної та, як найменше, однієї з іноземних мов на рівні професійного і побутового спілкування.			+				
Р 15. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.			+	+	+	+	+
Р 16. Демонструвати вміння прийняття оперативних рішень в межах своєї компетенції; функціональній та інформаційній підготовці проектів рішень.		+	+	+	+	+	+
Р 17. Демонструвати навички керівництва підлеглими, компетенція яких не вища за молодших бакалаврів.			+	+	+	+	+
Р 18. Демонструвати вміння критично оцінювати і прогнозувати політичні, економічні, екологічні, культурні та інші події і явища на підставі відповідного обсягу знань.	+		+	+	+	+	+

РОЗДІЛ 6. ПРИКЛАД ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Кафедра маркетингу та реклами

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою факультету
торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування
(протокол № _____ від _____ 2022 р.)
Декан Гирич С. В. _____

Білет № _____
атестаційного екзамену
на здобуття освітнього ступеня молодший бакалавр
зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Завдання № 1 (теоретичне) дати відповіді на закриті тести (потребує повної відповіді, оцінюється в 40 балів).

Завдання № 2 (практичне) розв'язати ситуаційні завдання (потребує повної відповіді, оцінюється в 60 балів).

ЗАВДАННЯ II (практичне) № _____

Завдання 2.1. Вихідні дані:

ТОВ «ФЕРМА» виробляє кисломолочну продукцію, зокрема йогурти.
Задані такі дані по галузі:

- кількість жителів певного містечка, $n = 800$ тис.чол.;
- середній розмір місячного доходу споживача, $D = 5200$ грн.;
- частка доходу, яка в середньому витрачається споживачем на продукти харчування, $k_1 = 65$ %;
- питома вага витрат на молочні продукти в частці доходів, що визначається коефіцієнтом k_1 , $k_2 = 35$ %;
- питома вага витрат на кисломолочні продукти в сумі витрат, які визначаються коефіцієнтом k_2 , $k_3 = 35$ %;
- питома вага витрат на йогурти в сумі витрат, які визначаються коефіцієнтом k_3 , $k_4 = 20$ %.

Визначити (повна і правильна відповідь оцінюється в 20 балів):

2.1.1. місткість ринку йогуртів в даному містечку за допомогою методу ланцюгових підстановок;

2.1.2. частку ринку ТОВ «ФЕРМА», якщо відомо, що воно за 2021 рік реалізувало продукції на суму 2000 тис.грн.;

2.1.3. необхідно відобразити логістичний ланцюг зі всіма його елементами від «ринку постачання» до «ринку споживача», який би характеризував структуру виробництва йогуртів. Відповідь обґрунтуйте.

Завдання 2.2. Вихідні дані:

В таблиці 1 наведена інформація про реалізацію товару фірми «Альфа».

Таблиця 1 - Дані про збут товару фірми «Альфа»

Рік	Обсяг реалізації, тис.шт.	Ціна продажу, тис. грн/шт.	Собівартість реалізації, тис. грн/шт.
2012	2	8,2	7,8
2013	4	8,5	8
2014	6,5	9	8
2015	10,5	9,2	7,7
2016	13,5	10	7,6
2017	14	10,5	7,4
2018	13	9	7
2019	9	8,5	6,5
2020	8	7	5,8
2021	7	6	4,8

Визначити (повна і правильна відповідь оцінюється в 20 балів):

2.2.1. прибуток фірми «Альфа» за період 2012-2021 р.;

2.2.2. побудувати графік життєвого циклу товару, зобразивши криві обсягів продажу і прибутку;

2.2.3. виділити етапи життєвого циклу, які пройшов товар;

2.2.4. етап, на якому він знаходився в 2013 та 2017 роках.

Завдання 2.3. Вихідні дані:

ТОВ «Подільський край» працює з десятьма постачальниками, дані про річний обсяг представлені у табл.2.

Таблиця 2 – Вихідні дані для проведення ABC-аналізу

Постачальники	Обіг, тис.грн.
1	3300
2	2800
3	1000
4	850
5	460
6	290
7	175
8	120
9	64
10	6

Визначити (повна і правильна відповідь оцінюється в 20 балів):

- 2.3.1. загальний обіг ТОВ «Подільський край»;
- 2.3.2. частку обігу кожного постачальника у відсотках від загального обігу ТОВ «Подільський край»;
- 2.3.3. частку обігу кожного постачальника наростаючим підсумком (акумульоване значення);
- 2.3.4. групи постачальників, що відносяться до категорій А, В, С;
- 2.3.5. розрахувати частку постачальників в кожній групі А, В, С;
- 2.3.6. зробити висновок про переваги роботи з певними постачальниками для ТОВ «Подільський край».

Критерії оцінювання

Тестові завдання екзаменаційного білета

Теоретичне завдання містять 50 тестів. За результатами тестування студент отримує 40 балів (1 тест – 0,8 балів). Мінімальна кількість балів за тестові завдання становить 24 бали.

Практичні завдання екзаменаційного білета

Практична частина – розв’язання розрахунково-аналітичних, ситуаційних, творчих завдань складає 60 балів.

Оцінюються:

- ступінь опанування теоретичного матеріалу для практичного застосування;
- правильність застосування формул, методики розрахунку показників;
- творчий підхід до виконання;
- акуратність оформлення письмової роботи;

Розподіл балів проводиться кафедрою в залежності від складності завдань (табл. 4). Мінімальна кількість балів за розв’язання завдань становить 36 балів.

Таблиця 4

Завдання	Кількість балів
Завдання 2.1.	20 балів
Завдання 2.2.	20 балів
Завдання 2.3.	20 балів

При формуванні загальної оцінки виходити з того, що у структурі кваліфікаційного екзамену тестові завдання становлять 40 балів, а практичні завдання – 60 балів.

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу та реклами
протокол № _____ від _____ 2022 р.

Завідувач кафедри _____ Поліщук І.І.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ПРИ СКЛАДАННІ ЕКЗАМЕНИ

Знання здобувачів вищої освіти при складанні екзамену оцінювання за критеріями національної системи. Критерії оцінювання знань доводяться до здобувачів вищої освіти на початку екзамену.

У відповіді на теоретичне питання здобувач вищої освіти повинен продемонструвати знання теорії дисципліни та понятійно-категоріального апарату, термінології, понять і принципів предметної області дисципліни.

Теоретичні питання/завдання в різних білетах повинні бути однієї складності, проте різними.

Відповідь здобувач вищої освіти повинен викладати чітко, логічно, послідовно, формули писати правильно, задачу розв'язувати за відповідним алгоритмом з поясненнями.

Загальна оцінка визначається як сума балів за всі виконані завдання екзаменаційного білета і може становити максимально 100 балів (таблиця 3).

Таблиця 3

Критерії оцінювання знань студентів

Визначення	Оцінка за системою КНТЕУ
1	2
Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100
Вище середнього рівня з кількома помилками	82-89
Загалом правильна робота з повною кількістю значних помилок	75-81
Непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74
Виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

Список основної літератури:

1. Економічна теорія: (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка) : навч. посібник / Л. В. Білецька, О. В. Білецький, В. І. Савич. - 2-ге вид., переробл. і допов. К.: Центр учбової літератури, 2019. 688 с.
2. Економічна теорія: підручник / за заг. ред. В. П. Якобчук. Київ: Ліра-К, 2022. 450 с.
3. Економічна теорія: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. 2-ге вид. Харків: Право, 2019. 268 с.
4. Мацелюх Н. П., Максименко І. А. Історія економіки та економічної думки. Політична економія. Мікроекономіка. Макроекономіка: навч. посібник. 2-ге вид., перероб. та допов. К.: Центр учбової літератури, 2017. 382 с.
5. Семененко М., Коваленко Д. Економічна теорія. Політекономія: навч. посіб. 2-ге вид., переробл. і допов. К. : Центр учбової літератури, 2020. 428 с.

Список додаткової літератури:

1. Цивільний кодекс України. Електронні дані. URL : <http://code.leschishin.org/cc/>
2. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 16.05.2009р. №1276. *Відомості Верховної Ради України*. 2009. №20. Ст. 243.
3. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 р. №960. *Відомості Верховної Ради України*. 1991. №29. Ст. 378.
4. Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності : Закон України від 18.02.1992 р. №2133. *Відомості Верховної Ради України*. 1992. № 21. Ст. 297.
5. Про ціни і ціноутворення : Закон України. Редакція від 24.06. 2015. *Відомості Верховної Ради України*, 2013, № 19-20, ст.190. Електронні дані. – URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>
6. Білорус О. Г. Політекономічний прогноз глобального співрозвитку в ХХІ столітті: глобальний посткапіталізм або світ-система інформаційно-мережевого глобалізму. *Економічна теорія*. 2018. №1. С. 5-20. URL : <https://doi.org/10.15407/etet2018.01.005>
7. Бурлай Т. В. Тема 38. Міжнародна економічна інтеграція та європейські інтеграційно-конвергенційні процеси. *Економічна теорія*. 2018. №4. С.93-111.
8. *Вступ до економічної теорії : підруч. / за ред. З. Ватаманюка ; [З. Ватаманюк, С. Панчишин, С. Кудин та ін.]. 3-є вид., допов. Львів : Новий світ - 2000, 2007. 504 с.*
9. Гальчинський А. С., Єщенко П. С., Палкін Ю. І. Економічна теорія : підруч. К. : Вища школа, 2007. 503 с.

10. Гриценко А. А., Бобух І. М. Макроекономіка. Підручник. Тема 39. Україна в глобальному економічному просторі та її конкурентоспроможність. *Економічна теорія*. 2019. № 3. С.101-114.
11. *Економічна теорія: Макро- і мікроекономіка: навч. посібник* / за ред. Ватаманюка З. та Панчишина С. К. : Альтернативи, 2001. 608 с.
12. *Економічна теорія. Міжнародна економіка : підручник* / за ред. В. М. Тарасевича ; [В. М. Тарасевич, О. О. Завгородня, В. К. Лебедєва, О. В. Летуца, О. Л. Фаїзова, О. М. Литвинова, Л. Л. Лазебник]. К. : Знання, 2012. 143 с.
13. *Економічна теорія. Національна економіка : підручник* / за ред. В. М. Тарасевича ; [В. М. Тарасевич, В. Я. Швець, Ю. І. Пилипенко, В. В. Білоцерківець та ін.]. Київ : Знання, 2012. 270 с.
14. *Економічна теорія : підруч. / за ред. В. М. Тарасевича ; [В. М. Тарасевич, В. В. Білоцерківець, С. П. Горобець та ін.]. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 784 с.*
15. *Економічна теорія: (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка) : навч. посібник* / [Л. В. Білецька, О. В. Білецький, В. І. Савич.] - 2-ге вид., переробл. і допов. К. : Центр учбової літератури, 2009. 688 с.
16. *Економічна теорія : політична економія : підруч / за заг. ред. С. І. Юрія. ; [С. І. Юрій, І. В. Буян, Р. М. Березюк та ін.]. К. : Кондор, 2009. 604 с.*
17. *Экономикс : принципы, проблемы и политика : учеб. / [К. Р. Макконел]. Пер. с англ. 14-го изд. М. : ИНФРА-М, 2004. 972 с.*
18. *Економічні теорії в системі наукових економічних знань : навч. посібник. 2-ге вид. перероб. та доп. / Н.П. Мацелюх, І.А. Максименко, Круш П. В., Мартиненко В.В., М.М. Теліщук та ін. К. : Центр учбової літератури, 2016. 226 с*
19. Жукова Л. М. Роль держави в економічному розвитку: основні теоретичні підходи. *Проблеми економіки*. 2018. №1. С. 257 – 264.
20. Зайцев Ю. К. Політична економія постіндустріального суспільства *Економічна теорія*. 2019. №1. С. 20-42. URL : <https://doi.org/10.15407/etet2019.01.020>
21. Іванова Н. Ю. *Економічна теорія управління фірмою : навч. посібник*. К. : Центр учбової літератури, 2010. 266 с.
22. Кейнс Дж. М. *Общая теория занятости , процента и денег*. Избр. призыв. М. : Экономика. 1991.
23. Козак Ю. Г., Шаповал С. С., Кіро О. С., Засць М. А., Барановська М. І., Боденчук Л. Б., Кравченко Є. В., Коноводченко Л. Я., Захарченко О. В., Курмиженко В. В. *Основи економічної теорії : навч. посібник. / за ред. Ю. Г. Козака, С. С. Шаповал. К. : Центр учбової літератури, 2012. 264 с.*
24. Кизим М. О., Дороніна М. С. *Економічна наука в Україні: виклики, проблеми, шляхи вирішення. Проблеми економіки*. 2019. №3. С. 156 – 163.

25. Квілінський О. С., Трушкіна Н. В., Ринкевич Н. С. Концептуальні підходи до визначення терміна «інформаційна економіка». *Проблеми економіки*. 2019. №3. С. 147 – 155.
26. Коломієць В. М. Методологічне обґрунтування досліджень з розвитку людського капіталу в контексті інституціональної теорії. *Проблеми економіки*. 2019. №1. С. 128 – 133.
27. Лагутін В. Д., Пронкіна Л. І. *Макроекономіка : навч. посібник*. К. : КНТЕУ, 2012. 268 с.
28. Леонідов І. Л. Власність і привласнення в світовій економічній думці. *Проблеми економіки та політичної економії*. 2018. №2(7). С. 117-136.
29. Маршалл А. Принципы экономической науки. В 3 т. Пер. с англ.. М. : Прогресс, 1993.
30. Мазаракі А. А., Лагутін В. Д. Перспективи методологічних змін в економічній теорії ХХІ століття. *Економічна теорія*. 2020. №1. С. 5-18. URL : <https://doi.org/10.15407/etet2020.01.005>
31. Мардус Н. Ю. Теоретичні та методичні підходи до визначення економічної сутності ринку як економічної категорії. *Проблеми економіки..* 2017. №4. С. 325 – 329.
32. Магас В. М. Підприємництво та конкуренція – основні чинники розкриття економічного потенціалу суспільства. *Економічна теорія*. 2019. №2. С. 44-56. URL : <https://doi.org/10.15407/etet2019.02.044>
33. Мандибура В. О. Політекономія відчуження та експлуатації праці: ретроспекція підходів та сучасні проблеми. *Економічна теорія*. 2019. №3. С. 5-28. URL : <https://doi.org/10.15407/etet2019.03.005>
34. *Макроекономіка : навч. посібник* / [уклад.: М. І. Макаренко, Т. О. Семененко, Д. В. Олексіч, М. М. Гузь]; за заг. ред. М. І. Макаренка. К. : Центр учбової літератури, 2014. 216 с.
35. Мочерний С. В. Економічна теорія : навч. посібник. Вид. 4-те стер. К. : Академія, 2009. 640 с.
36. *Основи економічної теорії : підруч. / за ред. Чухно А. А. К. : Вища школа, 2001. 606 с.*
37. *Основи економічної теорії : політекономічний аспект : підручник / за ред. Климка Г. Н. 4-те вид., перероб. і доп. К. : Знання-Прес, 2002. 615 с.*
38. Основи економічних знань : базовий підруч. для студентів ВНЗ неекон. напрямів підгот. / [Павленко А.Ф. та ін.. : за ред.. А. Ф. Павленка, В. Сю Савчука , Ю.К. Зайцева]. Харків : Фоліот, 2014. 762 с.
39. Основи економічної теорії : підруч. / О. Н. Літвінова, В. С. Коломійчук. 2-ге вид., розшир. та допов. Тернопіль : ТДМУ: Укрмедкнига, 2015. 427 с.
40. Огневий В. В. Трудова теорія вартості: від теорії до практики. *Проблеми економіки та політичної економії*. 2018. №2 (7). С. 204-219.
41. Опалько В. В. Визначальні фактори розвитку соціально-економічних систем *Проблеми економіки*. 2017. №1. С. 302 – 307.

42. Панчишин С. М. Аналітична економія: макроекономіка і мікроекономіка : підруч. У 2 кн. Кн 2. Мікроекономіка . Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. К. : Знання, 2010. 437 с.
43. Панчишин С. М., Грабинська І. В. Про політичну економію та аналітичну економіку як галузі економічного знання. *Проблеми економіки*. 2018. №2. С. 289 – 295.
44. *Політекономія : підруч. / за ред. Ю. В. Ніколенко. К. : Центр учбової літератури, 2009. 632 с.*
45. Политическая экономия: прошлое, настоящее, будущее. Часть I. : монографія / под. ред. В.М. Гейца, В.Н. Тарасевича. К.: ЦУЛ, 2014. 494 с.
46. Прокопенко О. В., Троян М. Ю. *Поведінка споживачів : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2008. 176 с.*
47. Политическая экономия: прошлое, настоящее, будущее. Часть II. : монографія / под. ред. В.М. Гейца, В.Н. Тарасевича. К.: ЦУЛ, 2014. 566 с.
48. Сірко А. В. Головні віхи у розвитку предмета економічної теорії. *Проблеми економіки та політичної економії*. 2019. №1 (9). С. 42-58.
49. Смесова В. Л. Відтворення економічних інтересів як нелінійна динамічна система. *Проблеми економіки*. 2017. №4. С. 336 – 343.
50. Степаненко С. В. Інституціональний аналіз економічних систем (проблеми методології) : монографія. К. : КНЕУ, 2008. 312 с.
51. Стивен Роузфілл. Порівнюємо економічні системи. / Перев. з англ.. К. : «К.І.С.», 2005. 370 с.
52. Історія економічних вчень : підруч. / за ред. Тарасевича В. М., Петруні Ю. С. К. : Центр учбової літератури, 2013. 352 с.
53. Тарасевич В. М., Черченко О. Л., Горобець С. П., Давидов О. В., Донченко В. Ф. *Економічна теорія. Мікроекономіка : підруч. / за ред. В. М. Тарасевича. К. : Знання, 2012. 134 с.*
54. Тарасевич В. М., Бобровська О. Ю., Лебедєва В. К., Летуча О. В., Рябцева Н. В., Фаїзова О. Л., Черченко О. Л., Четверик Т. М., Давидов О. В., Донченко В. Ф., Литвинова О. М., Романенко Ю. І. *Економічна теорія. Політекономія : підруч. / за ред. В. М. Тарасевича. К.: Знання, 2012. 206 с.*
55. Тарасевич В. М. Актуальні виміри сучасної політичної економії. *Проблеми економіки та політичної економії*. 2020. №1 (10). С. 107-111.
56. Тютюнникова С. В., Карасик А. О. Гуманізація та оптимізація структури потреб людини в умовах глобалізації. *Проблеми економіки*. 2017. №4. С. 330 – 335.
57. Тютюнникова С. В., Ганжерлі А. О. Соціальні (суспільні) потреби в системі потреб людини. *Проблеми економіки*. 2015. №4. С. 260 – 265.
58. Хаустова В. Є., Омаров Ш. А. О. Концепція сталого розвитку як парадигма розвитку суспільства. *Проблеми економіки*. 2018. №1. С. 265 – 273.
59. Чухно А. А., Юхименко П. І., Леоненко П. М. *Сучасні економічні теорії : підруч. К. : Знання, 2007. 878 с.*
60. Чухно А. А. Предмети економічної теорії. *Економічна теорія*. 2009. №2. С. 5-15.

61. Шумпетер Й. А. *Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу* / пер. В. Старка. К. : Києво-Могилянська академія, 2011. 242 с.

62. Шинкарук Л.В., Власенко Ю. Г., Геращенко В. О. *Теорії хвильового розвитку і синергетики та інклюзивність економіки. Проблеми економіки та політичної економії*. 2019. №1 (9). С. 229-246.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

63. Бібліотека для студентів. Електронні дані. URL: <http://www.ebooktime.net>

64. Бібліотека українських підручників. Електронні дані. URL: <http://www.libfree.com>

65. Бібліотека український підручників. Електронні дані. URL: <http://www.pidruchniki.ws>

66. Библиотека Воеводина. Електронні дані. URL: <http://www.enbv.narod.ru>

67. Вільна енциклопедія. Електронні дані. URL: <http://www.uk.wikipedia.org>

68. Віртуальна економічна бібліотека. Електронні дані. URL: <http://www.econom.nsc.ru>

69. Економічна бібліотека онлайн. Електронні дані. URL: <http://www.finance-library.com.ua>

70. Економічна онлайн-бібліотека. Електронні дані. URL: <http://www.ecolib.com.ua>

71. Економічний портал. Електронні дані. URL: <http://www.econ-house.ru>

72. Економічна теорія. Електронні дані. URL: <http://www.economic-teory.blogspot.com>

73. Електронная библиотека Князева. Електронні дані. URL: <http://www.ebk.net.ua>

74. Електронна бібліотека. Електронні дані. URL : <http://www.info-library.com.ua>

75. Освіта в Україні. Електронні дані. URL: <http://www.osvita.ua>

76. Онлайн бібліотека підручників. Електронні дані. URL: <http://www.studentam.net.ua>

77. Підручники он-лайн. Електронні дані. URL: <http://www.bookz.com.ua>

78. Українська електронна бібліотека. Електронні дані. URL: <http://www.libr.org.ua>

79. Українські підручники онлайн. Електронні дані. URL: <http://www.buklib.net>

80. Web-ресурс науково-практичних конференцій. Електронні дані. URL: <http://www.confcontact.com>

МАРКЕТИНГ

Список основної літератури:

1. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. *Маркетинг : Навчальний посібник*. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с.
2. Ковінько О.М. (Танасійчук А.М.) *Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності: монографія*. Київ: КНЕУ, 2017. 423 с.
3. Поліщук І.І. *Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством: монографія*. Вінниця: ВРВ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 356 с.

Список додаткової літератури:

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. *Маркетинг підприємства: навч. посіб.* Київ: Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
2. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. *Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб.* Київ: Центр учбової літератури, 2014. 620 с.
3. Вачевський М.В., Скотний В.Г. *Маркетинг у сферах послуг : навч. посіб.* Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 232с.
4. Корольчук О.П., Лошенюк І.Р., Любківська Г.В. *Маркетингова товарна політика: навч. посіб.* Київ: КНТЕУ, 2011. 346 с.
5. Крикавський Є.В., Чухрай Н.І. *Промисловий маркетинг: підручник*. Львів: Львівська політехніка, 2004. 472 с.
6. Мазаракі А.А., Ільченко Н.Б. *Мерчандайзинг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.* Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 292 с.
7. Мальська М.П., Пурська І.С. *Міжнародна маркетингова діяльність: теорія та практика: підручник*. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 288 с.
8. Окландер М.А., Чукурна О.П. *Маркетингова цінова політика: навч. посіб.* Київ: Центр учбової літератури, 2012. 240 с.
9. Сенишин О. С., Кривешко О. В. *Маркетинг: навч. посіб.* Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
10. *Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб.* / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
11. Ромат Є.В., Бучацька І.О., Дубовик Т.В. *Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.* Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 284 с.
12. Ромат Є.В., Микало О.І. *Продакт плейсмент: навч. посіб.* Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 300 с.
13. Сидоренко О.І., Редько П.С. *Маркетинг: методичні вказівки до ситуаційних вправ: навч. посіб.* Київ: Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2004. 430с.
14. Телетов О.С., Івашова Н.В., Нагорний Є.І. *Інновації в маркетингу промислового підприємства: монографія*. Суми: Сумський державний університет, 2013. 282 с.
15. Язвінська О. М. *Історія консюмеризму: опорний конспект лекцій*. Київ : КНТЕУ, 2002. 83 с.

16. Язвінська О.М. *Історія консюмеризму: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп.* Київ: КНТЕУ, 2003. 364 с.

17. Язвінська О.М. *Історія консюмеризму: навч. посіб.* Київ: КНТЕУ, 2000. 252 с.

Інтернет-ресурси:

База маркетингової інформації. Аналіз ринків. Огляд ринків. URL: <http://www.marketing.vc>.

1. Українська асоціація директ-маркетингу. URL: <http://www.uadm.com.ua>.

2. Marketing-profs. URL: <http://www.marketingprofs.com>.

3. Міжнародна маркетингова група. URL: <http://www.marketing-ua.com>.

4. Менеджмент і маркетинг. URL: <http://management.com.ua>.

5. Інформаційно-комерційна система «Маркетинг-термінал2000». URL: <http://www.marketland.com.ua>.

6. Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ. URL: <http://moodle.vtei.edu.ua/course/view.php?id=594>.

ЕКОНОМІКА І ФІНАНСИ ПІДПРИЄМСТВА

Список основної літератури:

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. № 254/96-ВР. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>

2. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

3. Про акціонерні товариства: Закон України від 17.09.2008 р. № 514-VI. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>

4. Про ліцензування видів господарської і діяльності: Закон України від 02.03.2015 р. №222-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>

5. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю: Закон України від 06.02.2018 р. № 2275-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>

6. Бойчик І.М. *Економіка підприємства : підручник.* Київ : Кондор, 2016. 378 с.

7. Гринчуцький В.І., Карапетян Е.Т., Погріщук Б.В. *Економіка підприємства : навч. посібник.* Київ : Центр учбової літератури, 2012. 304 с.

8. Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю. *Економіка підприємства : навчальний посібник для практичних занять і самостійної роботи студентів вищих навчальних закладів.* Харків : ХНАДУ, 2018. 292 с.

9. *Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібник /* Л.Л. Кустова, І.Ю. Кучумова, Л.А. Нападовська, І.В. Шостак. Київ : КНТЕУ, 2012. 328 с.

10. Калініченко О.В., Плотник О.Д. *Економіка підприємства : практикум : навч. посібник.* Київ : Кондор, 2012. 600 с.

11. Круп'як Л.Б. *Управління трудовими ресурсами організації : навч. посібник.* Київ : Кондор, 2013. 278 с.

12. Кузьмин В.М. *Економіка підприємства та управлінська економіка : практикум.* Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. 51 с.

13. Лігоненко Л.О., Богославець Г.М., Корольова-Казанська О.В. та ін. Економіка підприємства : опорний конспект лекцій. Ч. 1. Київ : КНТЕУ, 2016. 120 с.

14. Любенко Н.М. Фінанси підприємств: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 262 с.

15. Назаренко В.О. Формування якості товарів: навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 296 с.

16. Непочатенко О.О., Мельничук Н.Ю. Фінанси підприємств : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 504 с.

17. Нестерчук Ю.О., Сегеда С.А. Економіка підприємства : навч.-метод. посібник. Вінниця : Едельвейс і К, 2014. 372 с.

18. Нікіфорова Л.О. Економіка підприємства. Курс лекцій: електронний навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2016. 138 с.

19. Павленчик Н.Ф. Економіка та фінанси підприємства : опорний конспект лекцій для ОС «бакалавр». Львів, 2018. 115 с.

20. Потенціал підприємства : формування та використання : підручник / Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морєва та ін. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 248 с.

21. Шило Ж.С. Економіка і фінанси підприємств : конспект лекцій. Рівне : НУВГП, 2018. 68 с.

22. Яркіна Н.М. Економіка підприємства : навч. посібник. Київ : Ліра-К, 2013. 497 с.

Список додаткової літератури:

1. Акіліна О.В., Ільч Л.М. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібник. Київ : Алерта, 2012. 820 с.

2. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз : теорія та практика : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 328 с.

3. Бердар М.М. Фінанси підприємств : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 352 с.

4. Вовк В.М., Камінська Н.І., Прийма С.С. Моделювання економічних процесів підприємства : монографія. Львів, 2011. 448 с.

5. Внутрішня торгівля України : монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2016. 864 с.

6. Гринів Б.В. Економічний аналіз торговельної діяльності : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 392 с.

7. Гринчуцький В.І., Карапетян Е.Т., Погрішук Б.В. Економіка підприємства : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 304 с.

8. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 440 с.

9. Економіка праці і соціально-трудові відносини : навч. посібник / М.Г. Акулов, А.В. Драбаніч, Т.В. Євась, О.А. Жукова, О.М. Помірча, І.І. Цаль, Л.В. Юрчишена. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 328 с.

10. Економіка та організація інноваційної діяльності : опорний конспект лекцій / авт. : С.Г. Дрига, М.С. Молодоженя. Київ : КНТЕУ, 2012. 93 с.

11. Інноваційний потенціал України : монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2012. 592 с.

12. Іванілов О.С. Економіка підприємства : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 728 с.

13. Лігоненко Л.О., Височин І.В. Економіка торговельного підприємства : методика розв'язання практичних завдань : навч. посібник. Київ : КНТЕУ, 2011. 456 с.

14. Мазаракі А.А., Ушакова Н.М. Економіка торговельного підприємства : Підручник / За ред. Н.М. Ушакової. Київ : Хрещатик, 1999. 800 с.

15. Марцин В.С. Економіка торгівлі : Підручник. Київ : Знання, 2006. 402 с.

16. Маслак О.І., Воробйова Л.Д. Економіка промислового підприємства : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 172 с.

17. Мних Є.В., Барабаш Н.С. Фінансовий аналіз : навч. посібник. Київ : КНТЕУ, 2010. 412 с.

18. Петренко М.І., Драбовський А.Г., Петренко В.М. Економіка підприємства : навч. посібник / під заг. ред. М.І. Петренка. Вінниця : Консоль, 2010. 510 с.

19. Теорія фінансів : підручник / С.В. Бойко, Л.П. Гацька, В.В. Гошовська та ін. ; за ред. В.М. Федосова, С.І. Юрія. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 576 с.

20. Тігова Т.М., Селіверстова Л.С., Процюк Т.Б. Аналіз фінансової звітності : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 268 с.

21. Тюріна Н.М., Грабовська Н.С., Карвацка І.В. Антикризове управління : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 448 с.

22. Фінанси підприємства : опорний конспект лекцій / авт.: Л.О. Лігоненко, Н.М. Гуляєва, Г.В. Ситник, Л.Л. Стасюк, О.В. Корольова-Казанська, І.В. Височин, О.О. Хіленко, Т.В. Заварзіна. Київ : КНТЕУ, 2010. 113 с.

Інтернет-ресурси:

1. Верховна Рада України. URL : <http://www.rada.gov.ua/>

2. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua/>

4. Антимонопольний комітет України. URL : <http://www.amc.gov.ua/>

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Список основної літератури:

1. *Ортинська В. В., Мельникович О. М. Маркетингові дослідження: підручник. 2-ге вид., допов. Київ: КНТЕУ, 2015. 436 с.*
2. *Ковінько О. М. Маркетингові дослідження: опорний конспект лекцій. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 62 с. +Електронна копія.*
3. *7. Ковінько О. М. Маркетингові дослідження: опорний конспект лекцій. Електронні дані. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. URL: http://10.0.2.150/docs/2018/27_2018/Marketynhovidoslidzhennia.pdf.*
4. *Липчук В. В., Погребняк Л. В. Маркетингові дослідження: посібник. 2-ге вид., стер. Львів: Магнолія 2006, 2019. 348 с.*
5. *Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг: Навчальний посібник. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с.*

Список додаткової літератури:

1. Споживчі настрої в Україні, листопад 2018: індекс склав 59,8. Маркетинг в Україні. 2018. № 5. С. 35–36.
2. Фокус на споживачів - дослідження споживчих настроїв від Genesys. Маркетинг в Україні. 2018. № 5. С. 16–26.
3. Споживчі настрої в Україні, грудень 2018: індекс склав 62,2. Маркетинг в Україні. 2018. № 6. С. 33–34.
4. *Лилик І. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2018 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ. Маркетинг в Україні. 2019. № 2. С. 4–23.*
5. *Танасійчук А., Габрид А. Вивчення попиту на мінеральну воду. Маркетинг в Україні. 2019. № 6. С. 42–49.*
6. *Лилик І. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2019 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ. Маркетинг в Україні. 2020. № 1. С. 4–29.*
7. *Танасійчук А., Гуцало О. Маркетингові дослідження ринку приладдя для малювання. Маркетинг в Україні. 2020. № 1. С. 30–44.*
8. *Савицька Н., Лилик І., Михайлова М. Дослідження асоціативного сприйняття упаковки пересічними споживачами як інструмент запобігання недобросовісній конкуренції. Маркетинг в Україні. 2020. № 3. С. 22–31.*
9. *Ларіна Я. Мотиви споживання органічних продуктів та їх вплив на маркетингові рішення. Маркетинг в Україні. 2020. № 5. С. 27–35.*
10. *Лилик І. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2020 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ. Маркетинг в Україні. 2021. № 1. С. 4–25.*
11. *Маркетологи про маркетингові дослідження в умовах пандемії. Маркетинг в Україні. 2021. № 1. С. 45–54.*
12. *Дигун О. Управління лояльністю споживачів на прикладі програм лояльності. Маркетинг в Україні. 2021. № 5. С. 32–36.*
13. *ельдхаузер Х. 5 речей, які СМО повинні розуміти про дослідження ринку. Маркетинг в Україні. 2021. № 6. С. 55–56.*

Інтернет-ресурси:

1. Українська Асоціація маркетингу. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. 1998-2016. [Електронний ресурс]. – URL: www.ukrstat.gov.ua.
3. Світові маркетингові дослідження. – Режим доступу: www.esomar.org.
4. Marketing – profs. – Режим доступу: www.marketingprofs.com.
5. Міжнародна маркетингова група. – Режим доступу: www.marketing-ua.com.
6. Менеджмент і маркетинг. – Режим доступу: management.com.ua.
7. Інформаційно – комерційна система «Маркетинг – термінал2000». – Режим доступу: www.marketland.com.ua.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Список основної літератури:

1. *Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань: Візаві, 2018. – 191 с.*
2. *Попова Н. В. Маркетингові комунікації: підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.*
3. *Бурмака Т. М. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій / Т. М. Бурмака, К. О. Великих; Харків. нац. унт міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 69 с.*
4. *Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань: Візаві, 2018. 191 с.*
5. *Бібік Н.В. Конспект лекцій з дисципліни «Ділові комунікації та бізнес-етикет»; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 64 с*

Список додаткової літератури:

1. *Ілляшенко С. Маркетингові комунікації в стратегіях інноваційного розвитку підприємств / С. Ілляшенко, Ю. Шипуліна, Н. Ілляшенко // Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі = Komunikacja marketingowa w nowoczesnym zmieniającym się otoczeniu : міжнар. кол. монографія / заг. ред. В. Ф. Іванов, Є. В. Рومات; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка; Краків. екон. ун-т. – Київ: Студцентр, 2022. – Розд. 2.1. – С. 86-96.*
2. *Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О., Дибчук Л.В. Класифікація реклами та її практичне значення у підвищенні ефективності управління поведінкою споживачів. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. № 6. Т. 2. Грудень 2021. С. 204-210. <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=10564>*
3. *Головчук Ю.О., Дибчук Л.В., Середницька Л.П. Контент-маркетинг як стратегія просування на ринок та поширення послуг. Економіка та держава. №4. Квітень. 2022. № 4. С. 69–75. http://www.economy.in.ua/pdf/4_2022/13.pdf*

4. Луценко О.І., Цимбалюк К.В. Інтернет-реклама як основний чинник просування товару в сучасних умовах. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки»*. 2021. № 6, Том 1. С. 288-293. <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/01/en-2021-6t1-47.pdf>

5. Демченко, М. Маркетингова комунікація в пострекламну епоху та українська практика. *Communications and Communicative Technologies*, 2021. Вип 21, 23-32.

6. Шумкова, О., & Нечипоренко, В. (2021). Підвищення комунікативної ефективності як захід покращення міжнародної маркетингової діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*, (32). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-59>

7. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Боровик Т. В., Чухліб О. С. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2021. № 11. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9528>

8. Васильченко Л. С. Сутність та сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 48-2. С. 27-30.

9. Хмарська І. А. Інноваційні тренди на ринку маркетингових комунікацій та їх вплив на діяльність підприємств легкої промисловості України. *Вісник Миколаївського національного університету*. 2018. Вип. 21. С. 434-441.

10. Ус М. І. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складова комерційної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / М. І. Ус // *Економіка і суспільство*. – 2018. – № 15.

11. Новікова Л. В., Чернишова Л. О. Маркетингові комунікації як складова маркетингової політики підприємства на міжнародному ринку. *Бізнес Інформ*. 2018. №11. С. 340–345.

Інтернет-ресурси:

1. Режим доступу : www.pr-liga.org.ua – сайт «Української ліги зі зв'язків із громадськістю».

2. Режим доступу: <http://dmg-alliance.com> – Незалежна маркетингова компанія «DMG-Alliance». Основною сферою діяльності компанії є маркетинговий консалтинг, маркетингові дослідження, CRM.

3. Режим доступу: <http://osdirect.com.ua> – Директ-маркетингове агентство OS-Direct.

4. Режим доступу: <http://mr.com.ua> – «Маркетинг і реклама» – загальноукраїнське спеціалізоване видання з маркетингової тематики. Журнал призначений насамперед для практиків у сфері реклами й маркетингу.

5. Режим доступу: <http://www.rup.com.ua> – Рекламний український портал «Рекламний простір».

6. Режим доступу: <http://www.sostav.ua> – Українська версія російськомовного порталу про маркетинг, рекламу, PR.

7. Режим доступу: <http://www.reklamaster.com> – Український рекламний портал.

8. Режим доступу: <http://advertising.com.ua> – Інформаційний портал «Реклама в Україні».

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКИ

Список основної літератури:

1. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств. Навч. посіб. К. :ВД "Професіонал", 2006.336 с.
- 2.Ковальчук С.В., Гвоздецька І.В.Ю, Ковальчук С.В., Синиця С.М. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. Львів: «Новий Світ - 2000» 2011. 351 с.
- 3.Корольчук О.П., Лашенюк І.Р. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. К.: КНТЕУ,2011. 346с.
4. Кучеренко В.Д., Ткаченко Н.Б. Маркетингова товарна політика: підручник. К.: КНТЕУ, 2018. 186с.
5. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: підручник. К.: Професіонал. 2016. 200 с.
6. Ларіна Я.С., Скрипник А.Л., Буряк Р.І., Рябчик А.В. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Суми: Папірус, 2017. 199 с.
7. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2015. 240 с.
8. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг: Навчальний посібник. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с.
- цінова політика: навч. посіб. К. Центр учбової літератури, 2012. 240 с.
9. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ. Видавництво «Диалектика», 2020. 880 с.
10. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2020. 248 с.

Список додаткової літератури:

1. Дайновський Ю.А. Маркетингова товарна політика. Дистанційний курс [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=844>
2. Калужский М. Л. Стаття: Товарна політика в маркетингу: що, для кого і як виробляти, 2016 [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.elitarium.ru/tovarnaja-politika-tovar-rynok-assortiment-prodazhipribyl-marketing/>
- 3.Белявцев М.І., Петенко І.В., Прозорова І.В. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 332с.
4. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика: Навч. посібник. К : КНЕУ, 2005. 393с.

5. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. М-во освіти і науки України. Харків УкрДУЗТ, 2015. 190с
6. Мельник Л.Г., Старченко Л.В., Карінцева О.І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2007. 240 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. К.: Видавництво Альпіна Паблішер Україна, 2020. 242 с.
8. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

Інтернет-ресурси:

1. Дистанційний курс з дисципліни «Маркетингова товарна політика» [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=844> -
<http://www.gmdh.net/pop/ustat.htm> - <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/> -
<http://www.ukrstat.gov.ua> - <http://www.imf.org> - <http://www.unido.org> -
<http://www.wb.org> - <http://www.iea.org> - <http://www.ukrdzi.com.ua> -
<http://www.ukr.biz.net> - <http://www.ukrbusiness.com.ua> - <http://www.stat.lviv.ua>
2. Новини України. – <https://www.ukr.net/ua/>
3. Регіональна база даних виробників товарів і послуг. –
<http://2014.socialboost.com.ua/ideas/view/238>.
4. Вінницька міська рада. Засоби масової інформації
<http://www.vmr.gov.ua/Lists/HelpAdviceServices/ShowContent.aspx?ID=10>

УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ ТА МЕРЧАНДАЙЗИНГ

Список основної літератури:

1. Балабанова Л. В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: Навч. Посібник. К.: Професіонал, 2016. 288с.
2. Божкова В. В. Мерчандайзинг: Навч.посібник. В. В. Божкова, Т. О. Башук. Суми: Університетська книга, 2007. 125 с.
3. Голошубова Н. О. Організація і технологія торгівлі споживчими товарами: навч. посібник. К.: КНТЕУ, 2013. 272с.
4. Ільченко Н. Б. Управління продажем: опорний конспект. Київ.: КНТЕУ, 2016. 64 с.
5. Мазаракі А. А. Мерчандайзинг: Навч. посібник К.: Київ : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2015. 292 с.
6. Тягунова Н. М. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс: навч. посібник. К. Центр учбової літератури, 2014. 332 с.

Список додаткової літератури:

1. Антонюк Я.М. Комерційна діяльність: навч. посібник: перевидання. Львів: Магнолія 2019. 332 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник для студентів екон. спец. вищ. навч. закл. 7-ме вид. К.: Лібра, 2010. 717 с.
3. Варналій З.С. Бізнес-планування підприємницької діяльності: навч. посіб. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
4. Мельник І.М. Хомяк Ю.М. Мерчандайзинг: Київ. «Знання», 2009. 310с.

5. Скибінський С. В. Маркетинг: підручник. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2000. Ч.1. 640 с.

Інтернет-ресурси:

1. Искусство продаж. Перекрестный мерчандайзинг – способ продать товар. Режим доступу: [http://ubr.ua/business-practice own- business/iskusstvo-prodajperekretnyi-merchandasing-sposob-prodat-ploho-prodavemoe-167618](http://ubr.ua/business-practice/own-business/iskusstvo-prodajperekretnyi-merchandasing-sposob-prodat-ploho-prodavemoe-167618)
2. Малиновська Л. Витрати на мерчандайзинг: бухгалтерський і податковий облік. Режим доступу: <http://trislona.com.ua/vitrati-na-merchandasingbuxgalterskij-i-podatkovij-oblik/>
3. Тягунова, Н. М. Мерчандайзинг: кредитно-модульний курс [Електронний ресурс]: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2014. Систем. вимоги: Acrobat Reader. Режим доступу: [http://10.0.2.150 docs CUL Merchandizing_Tyagunova_2014.pdf](http://10.0.2.150/docs/CUL_Merchandizing_Tyagunova_2014.pdf).
4. Іщенко Н. Методика ABC/XYZ-аналізу та її використання в аналізі збутової діяльності підприємств. Режим доступу: [http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk vudannya/DVqluY.pdf](http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vudannya/DVqluY.pdf)
5. Портал: Мерчандайзинг. Режим доступу: <http://www.retail-city.ru> rk01
6. Новини України. – <https://www.ukr.net/ua/>
7. Регіональна база даних виробників товарів і послуг. – <http://2014.socialboost.com.ua/ideas/view/238>.
8. Вінницька міська рада. Засоби масової інформації <http://www.vmr.gov.ua/Lists/HelpAdviceServices/ShowContent.aspx?ID=10>