

**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	«бакалавр» /	«bachelor»
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування» /	«Management and administration»
Спеціальність	075 «Маркетинг» /	«Marketing»
Освітня програма	«Маркетинг» /	«Marketing»
Форма навчання	денна, заочна зі скороченим терміном навчання	

Розробники: Поліщук Ірина, доктор економічних наук, доцент
Громова Ольга, доктор економічних наук, доцент
Лозовський Олександр, кандидат економічних наук, доцент
Гарбар Віктор, кандидат економічних наук, доцент

Гарант освітньої програми «Маркетинг» – Громова Ольга, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та реклами

Обговорено та схвалено на засіданні кафедри маркетингу та реклами 05.09.2022р. пр. № 09; на засіданні вченої ради факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування 21.10.2022р. пр. № 9.

Рецензенти:

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

Редактор: Фатеева Т.
Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 09.11.2022 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,16.
Обл.-вид. арк. 0,74. Тираж 2. Зам. № 289.

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 екзамену підготовлена відповідно до стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та освітньо-професійної програми для здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг».

Робоча програма атестаційного екзамену складається з таких розділів:

Розділ 1	Мета, завдання та місце атестаційного екзамену в структурі освітньої програми.
Розділ 2	План підготовки студентів до атестаційного екзамену 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 екзамен
Розділ 5	Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми, що виносяться на атестаційний екзамен
Розділ 6	Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання.

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

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

Атестаційний екзамен складається з двох етапів:

- тестові завдання, що формують основні компетенції 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 екзамен виносяться наступні дисципліни (табл.1).

Таблиця 1 – Дисципліни, які виносяться на атестаційний екзамен

№ з/п		Дисципліни
1.	ОК 1	Менеджмент
2.	ОК 2	Економіка і фінанси підприємства
3.	ОК 3	Маркетинг
4.	ОК 4	Маркетингові комунікації
5.	ОК 5	Маркетингові дослідження
6.	ОК 6	Логістика
7.	ОК 7	Міжнародний маркетинг

**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 3

№	Вид навчальної роботи і короткий зміст	Години	Шифр кафедр
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Лекції			
1	Методичні рекомендації для підготовки до атестаційного екзамену з дисципліни «Маркетинг»	2	07.01
2	Методичні рекомендації для підготовки до атестаційного екзамену з дисципліни «Маркетингові дослідження»	2	07.01
Разом		4	
Практичні заняття			
1	Практичне заняття №1 з дисципліни «Менеджмент» Робота з тестовими завданнями з тем: «Управлінські відносини як предмет вивчення менеджменту», «Організація як об'єкт управління. Загальні риси організації», «Процес управління як сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих функцій».	2	08.01
2	Практичне заняття №2 з дисципліни «Економіка і фінанси підприємства» Робота з тестовими завданнями з тем: «Підприємство в системі ринкових відносин», «Цільова характеристика діяльності підприємства», «Планування діяльності підприємства».	2	08.02
3	Практичне заняття №3 з дисципліни «Маркетинг» 1. Робота з тестовими завданнями з тем «Сутність основних понять маркетингу та розвиток його концепції», «Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень», «Організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві». 2. Розв'язання ситуаційних завдань «Товарна політика в системі маркетингу», «Цінова політика в системі маркетингу».	2	07.01

1	2	3	4
4	<p align="center">Практичне заняття №4 з дисципліни «Маркетинг»</p> <p>1. Робота з тестовими завданнями з тем «Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів ринку», «Товарна політика в системі маркетингу», «Цінова політика в системі маркетингу».</p> <p>2. Розв'язання ситуаційних завдань «Політика розподілу в системі маркетингу», «Комунікаційна політика в системі маркетингу»</p>	2	07.01
5	<p align="center">Практичне заняття №5 з дисципліни «Маркетингові комунікації»</p> <p>1. Робота з тестовими завданнями з тем «Комунікаційна політика в системі маркетингу», «Персональний продаж як елемент маркетингових комунікацій підприємства», «Форми та методи стимулювання продажу».</p> <p>2. Розв'язання ситуаційних завдань «Планування і використання засобів комунікації», «Організація та контроль комунікаційної діяльності підприємства»</p>	2	07.01
6	<p align="center">Практичне заняття №6 з дисципліни «Маркетингові комунікації»</p> <p>1. Робота з тестовими завданнями з тем «Процес розробки комунікаційної програми», «Зв'язки з громадськістю як елемент маркетингових комунікацій підприємства», «Роль ярмарків у комунікаційній політиці».</p> <p>2. Розв'язання ситуаційних завдань «Створення комунікаційного звернення», «Засоби рекламних комунікацій»</p>	2	07.01
7	<p align="center">Практичне заняття №7 з дисципліни «Маркетингові дослідження»</p> <p>1. Робота з тестовими завданнями з тем «Сутність та види маркетингових досліджень», «Методичні та інформаційні засади проведення маркетингових досліджень», «Опитування в маркетинговому дослідженні».</p> <p>2. Розв'язання ситуаційних завдань «Кількісті маркетингові дослідження», «Дослідження якісного характеру»</p>	2	07.01
8	<p align="center">Практичне заняття №8 з дисципліни «Маркетингові дослідження»</p> <p>1. Робота з тестовими завданнями з тем «Маркетингові дослідження товарів, ринків»,</p>	2	07.01

1	2	3	4
	<p>«Маркетингові дослідження ціни», «Дослідження в сфері маркетингових комунікацій».</p> <p>2. Розв'язання ситуаційних завдань «Аналіз маркетингових даних та інтерпретація результатів маркетингових досліджень», «Організація та планування маркетингових досліджень»</p>		
9	<p align="center">Практичне заняття №9 з дисципліни «Логістика»</p> <p>1. Робота з тестовими завданнями з теми: «Логістика – інструмент ринкової економіки»</p> <p>2. Розв'язання ситуаційних завдань з тем: «Логістичний підхід до управління матеріальними потоками в сфері виробництва», «Логістичний підхід до управління матеріальними потоками в сфері обігу», «Логістичний підхід до обслуговування споживачів», «Склад і транспорт в логістиці»</p>	2	07.01
10	<p align="center">Практичне заняття №10 з дисципліни «Міжнародний маркетинг»</p> <p>1. Робота з тестовими завданнями з тем «Міжнародний маркетинг: загальний огляд», «Міжнародне середовище: економічний аспект», «Вибір зарубіжних ринків»</p> <p>2. Розв'язання ситуаційних завдань «Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика», «Міжнародні канали розподілу», «Міжнародні маркетингові комунікації», «Міжнародна цінова політика»</p>	2	07.01
Разом		20	
Самостійна робота студентів			
1	<p align="center">Самостійна робота «Менеджмент»:</p> <p>1) повторення теоретичного матеріалу шляхом:</p> <p>1.1) роботи з відповідними літературними джерелами та особистим конспектом лекцій;</p> <p>1.2) самостійного вивчення окремих питань із розробкою конспекту;</p> <p>2) робота з тестовими завданнями з тем: «Планування як функція менеджменту», «Сутність організації як управлінської функції, її основні аспекти», «Мотивування як загальна функція менеджменту», «Сутність і елементи управлінського контролювання», «Регулювання як функція менеджменту», «Розробка та ухвалення управлінських рішень»</p>	10	08.01

1	2	3	4
2	<p align="center">Самостійна робота «Економіка і фінанси підприємства»:</p> <p>1) повторення теоретичного матеріалу шляхом: 1.1) роботи з відповідними літературними джерелами та особистим конспектом лекцій; 1.2) самостійного вивчення окремих питань із розробкою конспекту; 2) робота з тестовими завданнями з тем: «Виробнича програма підприємства», «Виробнича потужність підприємства», «Ресурсний потенціал підприємства», «Трудові ресурси підприємства»</p>	8	08.02
3	<p align="center">Самостійна робота «Маркетинг»:</p> <p>1) повторення теоретичного матеріалу шляхом: 1.1) роботи з відповідними підручниками та особистим конспектом лекцій; 1.2) самостійного вивчення окремих питань із розробкою конспекту; 2) робота з тестовими завданнями з тем: «Товарна політика в системі маркетингу», «Цінова політика в системі маркетингу», «Політика розповсюдження в системі маркетингу», «Комунікаційна політика в системі маркетингу»</p>	8	07.01
4	<p align="center">Самостійна робота «Маркетингові комунікації»:</p> <p>1) повторення теоретичного матеріалу шляхом: 1.1) роботи з відповідними підручниками та особистим конспектом лекцій; 1.2) самостійного вивчення окремих питань із розробкою конспекту; 2) робота з тестовими завданнями з тем: «Психологічні та естетичні основи реклами», «Роль ярмарків у комунікаційній політиці»</p>	12	07.01
5	<p align="center">Самостійна робота «Маркетингові дослідження»:</p> <p>1) повторення теоретичного матеріалу шляхом: 1.1) роботи з відповідними підручниками та особистим конспектом лекцій; 1.2) самостійного вивчення окремих питань із розробкою конспекту; 2) робота з тестовими завданнями з тем: ««Маркетингові дослідження товарів, ринків», «Маркетингові дослідження ціни», «Дослідження в сфері маркетингових комунікацій»</p>	12	07.01

1	2	3	4
6	<p>Самостійна робота «Логістика»:</p> <p>1) повторення теоретичного матеріалу шляхом: 1.1) роботи з відповідними підручниками та особистим конспектом лекцій; 1.2) самостійного вивчення окремих питань із розробкою конспекту; 2) робота з тестовими завданнями з тем: Концепція і методологічний апарат інтегрованої логістики»; «Об'єкти логістичного управління та логістичні операції», «Логістична діяльність та логістичні функції», «Економічне забезпечення логістики»</p>	8	07.01
7	<p>Самостійна робота «Міжнародний маркетинг»:</p> <p>1) повторення теоретичного матеріалу шляхом: 1.1) роботи з відповідними підручниками та особистим конспектом лекцій; 1.2) самостійного вивчення окремих питань із розробкою конспекту; 2) робота з тестовими завданнями з тем: «Міжнародні маркетингові дослідження», «Сегментація світового ринку», «Моделі виходу на зовнішній ринок»</p>	8	07.01
Разом		66	
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
ПК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, 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 спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.							+
ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	+		+	+	+		+

СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.			+	+	+	+	++
СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.			+	+	+	+	++
СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому		+	+	+	+		+
СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її	+	+	+	+	+	+	+
СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.			+	+	+	+	+
СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.			+	+	+		+
СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	+	+	+	+	+	+	+
СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.	+	+	+	+	+	+	+
СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.				+	+		
СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.	+		+	+	+	+	+
СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	+		+	+	+	+	+
СК 12. Здатність обгрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.			+	+	+	+	+
СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності р	+	+	+	+	+	+	+
СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	+	+	+	+	+	+	+

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

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7
Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	+	+	+	+	+	+	+
Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	+	+	+	+	+	+	+
Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері	+	+	+	+	+	+	+
Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	+	+	+	+	+	+	+
Р 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.			+	+	+	+	+
Р 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	+	+	+	+	+	+	+
Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію				+	+	+	+
Р 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.			+	+	+	+	+
Р 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.			+	+	+	+	+
Р 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	+	+	+	+	+	+	+

Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	+	+	+	+	+	+	+
Р 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	+		+	+	+	+	+
Р 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	+		+	+	+	+	+
Р 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	+		+	+	+	+	+
Р 15. 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 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	+		+	+	+	+	+
Р 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.			+	+	+	+	+
Р 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.			+	+	+		

РОЗДІЛ 6. ПРИКЛАД ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут
Факультет торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування
Кафедра маркетингу та реклами

ЗАТВЕРДЖЕНО

Декан факультету _____ Сергій ГИРИЧ

Екзаменаційний білет № _____
атестаційного екзамену
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
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 продало 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 продаж 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 2014 та 2018 роках.

Завдання 2.3. Вихідні дані:

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

Таблиця 2 – Вихідні дані для проведення АВС-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 обсяг продажу 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 містить 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 - Розподіл балів за практичну частину

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 атестаційного екзамену тестові завдання становлять 40 балів, а практичні завдання – 60 балів.

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

Завідувач кафедри

Ірина ПОЛІЩУК

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ПРИ СКЛАДАННІ ЕКЗАМЕНУ

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

У відповіді на теоретичне питання студент 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 студент 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 4).

Таблиця 4 – Критерії оцінювання знань студентів

Визначення	Оцінка за системою ДТЕУ
<i>1</i>	<i>2</i>
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

МЕНЕДЖМЕНТ

1. Дудар Т.Г., Волошин Р.В. *Менеджмент : навч. посібник*. К.: Центр учбової літератури, 2013. 336 с.
2. Краснокутська Н.С., Нащекіна О.М., Замула О.В. *Менеджмент : навчальний посібник*. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с..
3. Марченко О. М. *Практикум з менеджменту: навчальний посібник*. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 224 с.
4. Мошек Г.Є., Ціпуринда В. С. *Основи менеджменту : опорний конспект лекцій*. К. : КНТЕУ, 2014. 117 с.
5. Осовська Г.В. *Менеджмент : підручник*. 4-те вид., переробл. і доп. К. : Кондор, 2015. 563 с.
6. Сичова Н.В. *Менеджмент : опорний конспект лекцій*. К. : КНТЕУ, 2017. 91 с
7. Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. *Менеджмент: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти*. Львів: Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. 356 с.

ЕКОНОМІКА І ФІНАНСИ ПІДПРИЄМСТВА

1. Аніловська Г. Я., Висоцька І. Б. *Фінанси підприємств: навчальний посібник*. Львів: ЛьвДУВС, 2018. 440 с.
2. Гуменюк М.М. *Практикум із фінансів підприємства : навч. посібник* Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 168 с.
3. *Економіка і управління підприємствами: теорія, методика, практика : колективна монографія*. Кол. авторів. Полтава: ПП «Астроя», 2020. 240 с.
4. Мельник С. І. *Управління фінансовою безпекою підприємств: теорія, методологія, практика: монографія*. Львів: «Растр-7», 2020. 384 с.
5. Нікола С.В. *Фінанси підприємств : навч. посіб.* ОНУ ім. І. І. Мечникова, 2020. 206 с.
6. Романченко Н. В., Кожемякіна Т. В., Пічик К. В. *Економіка підприємства: навч. посібник*. Київ: НаУКМА, 2018. 343 с.
7. Яркіна Н.М. *Економіка підприємства : навч. посіб.* К.: Видавництво Ліра-К, 2019. 596 с.

МАРКЕТИНГ

1. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. *Поведінка споживачів: навчальний посібник*. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 200 с.
2. Мазаракі А.А., Ільченко Н.Б. *Мерчандайзинг : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл*. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 292 с.
3. Поліщук І.І. *Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством : монографія*. Вінниця : ВРВ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 356 с.

4. Приходько Д. О. *Маркетинг : навч. посіб. Х. : ФОП Бровін О.В., 2019. 240 с.*

5. Сенишин О. С., Кривешко О. В. *Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.*

6. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. *Маркетинг : навч. посібник. Вінниця : ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с.*

7. Череп А.В., Богма О. С., Череп О. Г. *Основи маркетингу : навч. посібник. К. : Кондор, 2013. 226 с.*

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

1. Дубовик Т.В. *Інтернет-маркетингові комунікації : монографія. К. : КНТЕУ, 2014. 332 с.*

2. Король І. В. *Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник. Умань : ВПЦ «Візаві», 2017. 151 с.*

3. *Маркетингова політика комунікацій: Опорний конспект лекцій ч1, ч2 / Автор: О.М. Ковінько. Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2015. 162 с.*

4. Полторац В. А. *Маркетингові дослідження : навч. посібник. 3-тє вид., переробл. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.*

5. Попова Н. В., Катаєв В., Базалієва Л. В., Муха Т. А. *Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.*

6. Ромат Є. В., Wiktor J., Bajak M., Sanak-Kostowska K., Багорка М. О. *Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі: монографія за заг. ред. В. Ф. Іванова та Є. В. Ромата. Київ : Стуццентр, 2022. 216 с.*

7. Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.) *Маркетингова політика комунікацій : опорний конспект лекцій. У 2 частинах. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2015. 104 с.*

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

1. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. *Поведінка споживачів: навчальний посібник. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 200 с.*

2. Окландер М. А., Окландер Т. О., Педько І. А., Яшкіна О. І. *Маркетингові дослідження інновацій та підприємницькі ризики: монографія за ред. М. А. Окландера. Одеса: Астропринт. 2017. 284 с.*

3. Ортинська В.В. *Маркетингові дослідження : підручник. Вид. 2-ге, доп. К. : КНТЕУ, 2015. 436 с.*

4. Полторац В.А. *Маркетингові дослідження : навч. посібник. 3-тє вид., переробл. та доп. К. : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.*

5. Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.) *Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності : монографія. К : КНЕУ, 2017. 423 с.*

6. Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.) *Маркетингові дослідження : опорний конспект лекцій. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 62 с.*

7. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. *Маркетинг : навч. посібник. Вінниця : ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с.*

ЛОГІСТИКА

1. Безугла Л. С., Юрченко Н. І., Ільченко Т. В., Пальчик І. М. *Логістика : навч. посіб. для здобувачів закладів вищої освіти. Дніпро: Пороги, 2021. 252 с.*

2. Буркинський Б.В., Лисюк В.М., Лозова Т.П. *Логістика товарного ринку: монографія. За ред. Б. В. Буркинського, В.М. Лисюка. Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2018. 244 с.*

3. Жарська І.О. *Логістика: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2019. 209 с.*

4. Кислий В.М., Біловодська О.А., Олфіренко О.М., Соляник О.М. *Логістика: Теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 360 с.*

5. Крикавський Є. В. *Логістичні системи: підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. 288 с.*

6. Лобашов О. О., Давідич Ю. О., Галкін А. С. *Сучасна проблематика функціонування транспортних та логістичних систем: монографія. Харків: Видавництво «Лідер», 2018. 228 с.*

7. Мазаракі А.А. *Комерційна логістика: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : КНТЕУ, 2013. 408 с.*

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ

1. Барановська М.І., Козак Ю.Г. *Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2013. 302 с.*

2. Кам'янецька О.В. *Міжнародний маркетинг : опорний конспект лекцій. К. : КНТЕУ, 2015. 114 с.*

3. Князева Т. В., Колбушкін Ю. П., Петровська С. В. *Міжнародний маркетинг: навч. посібник. К. : НАУ, 2019. 164 с.*

4. Мазаракі А.А. *Міжнародний маркетинг : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.*

5. Мальська М.П. *Міжнародна маркетингова діяльність: теорія та практика : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2013. 288 с.*

6. Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.) *Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності : монографія. К : КНЕУ, 2017. 423 с.*

7. Шталь Т. В., Астахова І. Е., Козуб В. О. *Міжнародний маркетинг: навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 275 с.*