

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАФТИ І ГАЗУ

Інститут економіки та менеджменту  
(назва інституту)

Кафедра підприємництва та маркетингу  
(назва кафедри)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Директор ІЕМ

проф. Запихляк І. Б.

« 28 » травня 2024 р.

**ПРОГРАМА**

**Атестаційного іспиту**

**за освітньо-професійною програмою**

**“Підприємництво, торгівля та біржова діяльність”**

**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**


**галузі знань 07 Управління та адміністрування**

**за спеціальністю 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність**

Програма атестаційного іспиту для студентів, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

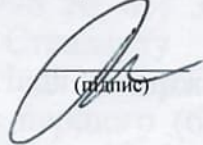
Розробники:

зав. кафедри підприємництва та маркетингу, д.е.н., проф.  
(посада, назва кафедри, науковий ступінь, вчене звання)

  
(підпис)

Перевозова І. В.  
(прізвище та ініціали)

доц. кафедри підприємництва та маркетингу, к.е.н., доц.  
(посада, назва кафедри, науковий ступінь, вчене звання)

  
(підпис)

Побігун С. А.  
(прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри підприємництва та маркетингу  
(назва кафедри)

Протокол № 13 від 21 травня 2024 року.

Завідувач кафедри підприємництва та маркетингу  
(назва кафедри)

  
(підпис)

І.В. Перевозова  
(прізвище та ініціали)

Узгоджено:

Гарант ОПП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  С. А. Побігун

© ІФНТУНГ, 2024 рік

## ВСТУП

Програму атестаційного екзамену для студентів, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ступеня за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» розроблено згідно із вимогами «Положення про освітньо-кваліфікаційні рівні (ступеневу освіту)», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 20.01.1998 № 65; Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-УП; Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України від 13.11.2018 № 1243; Освітньо-професійної програми за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженої вченою радою ІФНТУНГ.

Метою атестаційного екзамену є встановлення рівня підготовки випускників Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти до розв'язання складних спеціалізованих завдань та прикладних проблем у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

Завданням атестаційного екзамену є перевірити досягнення результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти України та освітньо-професійною програмою за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Випускник, що здобув перший (бакалаврський) рівень вищої освіти за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» має мати сформовані компетентності, передбачені стандартом вищої освіти та освітньо-професійною програмою:

**інтегральної:** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сферах підприємницької, торговельної та біржової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів організації і функціонування підприємницьких, торговельних, біржових структур і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

**загальних:**

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.

ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 7. Здатність працювати в команді.

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК 10. Здатність діяти відповідально та свідомо.

## **фахових:**

СК 1. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

СК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

СК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

СК 6. Здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків.

Результати навчання деталізують **такі програмні результати навчання, передбачені** стандартом вищої освіти України для спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженим Наказом Міністерства освіти і науки України 13.11.2018 р. № 1243 (*із зазначенням порядкового номеру у відповідності до розділу V цього стандарту*) :

ПРН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.

ПРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ПРН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

ПРН 5. Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

ПРН 6. Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей.

ПРН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

ПРН 8. Застосовувати одержані знання й уміння для ініціювання та реалізації заходів у сфері збереження навколишнього природного середовища і здійснення безпечної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ПРН 11. Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.

ПРН 12. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування

управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

ПРН 13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ПРН 15. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.

ПРН 16. Знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці.

ПРН 17. Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

ПРН 20. Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.

Метою програми є забезпечення здобувачів вищої освіти необхідною інформацією щодо структури і змісту атестаційного екзамену, а також створення необхідних умов для оцінки знань, здобутих ними у процесі навчання за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів.

Програма включає перелік основних тем та питань, які необхідно знати для здачі атестаційного екзамену зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньо-професійної програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

## ПРОГРАМА

атестаційного екзамену за освітньо-професійною програмою  
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» на здобуття першого  
(бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 076 «Підприємництво,  
торгівля та біржова діяльність»

### Розділ 1

#### ПЕРЕЛІК ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ ПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ»

1. Сутність і функції підприємництва.
2. Оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності юридичних осіб.
3. Суб'єкти підприємництва.
4. Технологія розробки бізнес-плану.
5. Принципи підприємницької діяльності.
6. Статутний фонд та його формування.
7. Обмеження в підприємницькій діяльності.
8. Сутність та особливості корпорації.
9. Економічна основа підприємництва.
10. Способи сплати податків з доходів приватного підприємця.
11. Види підприємницької діяльності.
12. Торговельний патент: умови придбання, вартість, термін дії.
13. Необхідні умови розвитку підприємництва.
14. Спрощена система оподаткування суб'єктів малого підприємництва.
15. Організаційні форми підприємництва.
16. Сутність корпоративного управління.
17. Механізм державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи.
18. Стадії розробки бізнес-плану.
19. Види господарських товариств та їх характеристика.
20. Механізм державного регулювання підприємницької діяльності.
21. Акціонерне товариство: сутність та види.
22. Джерела фінансування підприємництва в Україні.
23. Механізм державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи.
24. Фінансово-кредитне підприємництво.
25. Лізинг як форма підприємницької діяльності.
26. Переваги та недоліки одноосібного володіння.
27. Ліцензування в підприємницькій діяльності.
28. Комерційне підприємництво.
29. Франчайзинг як форма підприємницької діяльності.
30. Підприємець — ключова фігура ринкової економіки.
31. Форми об'єднань підприємств в Україні.

32. Сертифікація продукції як інструмент державного регулювання підприємництва.
33. Види підприємств в Україні.
34. Структура бізнес-плану.
35. Засновницькі документи суб'єктів підприємницької діяльності.
36. Бізнес-інкубатори як форма підтримки малого підприємництва.
37. Проблеми розвитку підприємництва в Україні.
38. Юридичний статус підприємництва.
39. Правова база розвитку підприємництва.
40. Порядок патентування підприємницької діяльності.
41. Сутність та методи державного регулювання підприємництва.
42. Види лізингу.
43. Сутність і функції бізнес-плану.
44. Державні та міжнародні організації підтримки підприємництва в Україні.
45. Єдиний податок для суб'єктів малого підприємництва.
46. Припинення діяльності підприємницьких структур.
47. Державна політика підтримки підприємництва.
48. Органи управління акціонерним товариством.
49. Проблеми правового забезпечення підприємництва в Україні.
50. Фіксований податок для суб'єктів малого підприємництва.
51. Статут підприємництва.
52. Суб'єкти підприємницької діяльності – платники ПДВ та акцизного збору.
53. Особливості розвитку малого підприємництва в Україні.
54. Порядок відрахувань суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи до Пенсійного фонду і фондів соціального страхування.
55. Підприємство: сутність, ознаки, функції.
56. Державна регуляторна політика у сфері підприємництва.
57. Загальна система оподаткування приватного підприємця.
58. Роль та значення посередницького підприємництва.
59. Переваги та недоліки партнерства (товариства).
60. Порядок відкриття рахунку суб'єкта підприємницької діяльності в установі банку.
61. Сутність і методи підприємницького управління.
62. Страхування як інструмент економічного захисту підприємця.
63. Основні методи впливу підприємця на підлеглих.
64. Управління економічними ризиками в підприємстві.
65. Форми спільного міжнародного підприємництва.

### **Перелік рекомендованої літератури**

1. Підприємницька діяльність: навч. посіб. / Л. Т. Гораль, І. В. Перезовова, А. О. Устенко [et al.] ; Гораль Л. Т., Перезовова І. В., ред. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. – 420 с.
2. Основи підприємництва: Підручник / [Біляк Т. О., Бірюченко С. Ю., Бужимська та ін.] ; під редакцією Валінкевич. – Житомир : ЖДТУ, 2019. – 493 с.
3. Перезовова І. В. Підприємницька діяльність: методичні вказівки для виконання курсових робіт - Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2017. – 79 с.
4. Перезовова І. В., Обельницька Х. В Підприємницька діяльність: Методичні вказівки до вивчення дисципліни та самостійного вивчення дисципліни (доповнено і змінено) – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2020. - 30 с.
5. Основи підприємництва: Підручник / [Біляк Т. О., Бірюченко С. Ю., Бужимська та ін.] ; під редакцією Валінкевич. – Житомир : ЖДТУ, 2019. – 493 с.
6. Підприємництво та менеджмент : навч. посіб. / С. В. Князь, Т. І. Данько, Н. Б. Ярошевич ; за наук. ред. С. В. Князя ; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Львів : Вид. Львів. політехніки, 2016. – 122 с.
7. Підприємництво торгівля та біржова діяльність: організаційно-методичні аспекти : навч. посіб. / С. В. Князь, Н. П. Яворська ; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2016. – 101 с.
8. Підприємництво. Практикум : навч. посіб. / [І. І. Мазур та ін. ; за ред. І. І. Мазур] ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ : ВПЦ "Київ. ун-т", 2016. – 254 с.

## **Розділ 2**

### **ПЕРЕЛІК ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ ПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЯ БІЗНЕСУ»**

1. Концепція стратегічного управління.
2. Передумови формування системи стратегічного управління.
3. Основні складові системи стратегічного управління.
4. Взаємозв'язок основних елементів стратегічного управління.
5. Специфіка стратегічного управління.
6. Характеристика етапів процесу стратегічного управління.
7. Моделі систем стратегічного управління.
8. Підприємство як об'єкт стратегічного управління.
9. Управління в умовах мінливого середовища.
10. Види стратегічного управління: девіантне, превентивне, екстраполяційне, прогностичне, екстрених рішень, за слабкими сигналами, в умовах стратегічних несподіванок.
11. Моделі та методи аналізу зовнішнього оточення та внутрішнього середовища підприємства.
12. Стратегічний аналіз як основа визначення стратегічної ринкової позиції підприємства.



13. Стратегічні зони господарювання.
14. Привабливість та оцінка привабливості стратегічних зон господарювання.
15. Зони стратегічних ресурсів.
16. Стратегічна сегментація.
17. Стратегічні центри господарювання.
18. Стратегічна гнучкість та ефект синергізму.
19. Значення, принципи та специфіка процесу стратегічного планування.
20. Місія підприємства.
21. Основні сфери і принципи встановлення стратегічних орієнтирів і цілей.
22. Класифікація стратегій, вибір стратегії, стратегічні альтернативи.
23. Методи та моделі оцінювання стратегічних альтернатив.
24. Стратегічний план: структура, характеристика розділів, процедура затвердження.
25. Оцінка ефективності діючих стратегій.
26. Критерії ефективності. Показники ефективності.
27. Зовнішня та внутрішня ефективність.
28. Поняття стратегічного потенціалу підприємства.
29. Управління стратегічним потенціалом підприємства.
30. Методи оцінювання стратегічного потенціалу підприємства.
31. Конкурентоздатність і конкурентоспроможність стратегічного потенціалу підприємства.
32. Особливості управлінської діяльності в системі стратегічного управління підприємства.
33. Служба стратегічного розвитку підприємства: мета, завдання, призначення.
34. Вимоги до змін, адекватних обраній стратегії підприємства.
35. Адекватні: лідер, структура, корпоративна культура, персонал, його поведінка і методи стратегічного управління.

### **Перелік рекомендованої літератури**

1. Піжук, О. І. Стратегія підприємства (електронне видання): навч. посіб. / О. І. Піжук. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2018. – 390 с. – ISBN 978-966-337-504-5. ([http://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc\\_id=469620](http://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=469620))
2. Бізнес-стратегії європейських компаній: навч. посіб. / В. Рокоча, Б. Одягайло, В. Терехов. – Київ : Крок, 2018. – 312 с. ([http://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc\\_id=469622](http://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=469622))
3. Підприємницька діяльність: навч. посіб. / Л. Т. Гораль, І. В. Перезовова, А. О. Устенко [et al.] ; Гораль Л. Т., Перезовова І. В., ред. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. – 420 с.
4. Кушлик, О. Ю. Стратегічне управління: практикум / О. Ю. Кушлик, Г. С. Степанюк, С. А. Побігун. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. – 111 с. [http://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc\\_id=458876](http://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=458876) .
5. Перезовова, І. В. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. / І. В. Перезовова, Н. Б. Юрченко. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. – 256 с.
6. Кушлик, О. Ю. Стратегічне управління: навч. посіб. / О. Ю. Кушлик, Г. С. Степанюк. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. – 234 с.

## Розділ 3

### ПЕРЕЛІК ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ ПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЙНО-ЗБУТОВА ПОЛІТИКА»

1. Сутність маркетингової політики комунікацій
2. Класифікація маркетингових комунікацій.
3. Інтегровані маркетингові комунікації.
4. Взаємозв'язок маркетинг-мікс та інтегрованих маркетингових комунікацій.
5. Теорії комунікації, їх застосування в маркетингу.
6. Характеристики джерел інформації.
7. Змінні характеристики повідомлення.
8. Характеристики аудиторії.
9. Етапність процесу вибору системи маркетингових комунікацій.
10. Сутність реклами. Класифікація підготовки та проведення.
11. Процес рекламної кампанії.
12. Розробка медіа-плану.
13. Методи оцінки результативності.
14. Сутність стимулювання. Основні завдання.
15. Засоби стимулювання збуту покупців.
16. Стимулювання збуту посередників.
17. Стимулювання збуту власного торгового персоналу.
18. Поняття мерчандайзингу та об'єктивні умови виникнення і розвитку.
19. Технології мерчандайзингу.
20. Управління товарними запасами в системі мерчандайзингу.
21. Суть персонального продажу. Основні форми.
22. Процес персонального продажу. Характеристика основних етапів.
23. Пошук і оцінка покупця.
24. Презентація товарів. Основні підходи.
25. Заперечення покупців, шляхи їх подолання.
26. Сутність та види прямого маркетингу.
27. Процес прямого маркетингу.
28. Засоби доставки інформації в прямому маркетингу.
29. Поняття паблік рілейшнз, відмінні риси та характеристики.
30. Громадськість та громадська думка: сутність, методи визначення.
31. Види програм, їх характеристика.
32. Інструменти паблік рілейшнз.
33. Виставки та ярмарки: організація участі; діяльність по завершенню.
34. Брендинг.
35. Спонсорство. Види спонсорської діяльності.

#### Перелік рекомендованої літератури

1. Малинка О. Я., Устенко А. О., Перезовова І. В. [Маркетингова діяльність підприємства](#) : навчальний посібник Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. 434 с. ISBN 978-966-694-272-5

2. Методичні вказівки до виконання курсового проекту з дисципліни «Маркетингові дослідження» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля, біржова діяльність» денної і заочної форм навчання / уклад.: І. В. Перезова, Н. Б. Юрченко – Івано-Франківськ, 2017. – 31 с.
3. Перезова, І. В. [Маркетингові дослідження](#) [Текст] : навч. посіб. / І. В. Перезова, Н. Б. Юрченко. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. – 215 с.
4. Перезова, І. В. [Стратегічний маркетинг](#) [Текст] : навч. посіб. / І. В. Перезова, Н. Б. Юрченко. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. – 256 с.
5. Маркетинг : навч. посіб. / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко, О. Ю. Пригара, Л. О. Ярош-Дмитренко ; Старостіна А. О., ред. – Київ : Інтерсервіс, 2018. – 216 с.
6. Приходько Д. О. Маркетинг: навч. посіб. / Д. О. Приходько. – Харків : ХНАДУ, 2019. – 240 с.
7. Сенишин О. С. Маркетинг: навч. посіб. / О. С. Сенишин, О. В. Кривешко. – Львів : ЛНУ, 2020. – 347 с.

## Розділ 4

### ПЕРЕЛІК ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ ПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ»

1. Роль, мета і завдання маркетингових досліджень, цілі і принципи.
2. Види та напрями маркетингових досліджень.
3. Класифікація маркетингових досліджень за цільовою ознакою, методами дослідження, об'єктами дослідження.
4. Організаційні форми проведення маркетингових досліджень.
5. Суть та структура маркетингової інформаційної системи.
6. Форми і особливості маркетингової інформації.
7. Види маркетингової інформації.
8. Переваги та недоліки первинної та вторинної інформації.
9. Джерела та методи збирання первинної маркетингової інформації.
10. Джерела вторинної інформації.
11. Принципи проведення опитування.
12. Правила розробки опитувальних листів. Визначення вибірки.
13. Алгоритм процесу маркетингового дослідження і його основні елементи: визначення проблеми і об'єкта; визначення мети; розробка плану дослідження (вибір методу збору даних, визначення типів необхідної маркетингової інформації, вибір дослідницького інструментарію, розробка форм для збирання інформації, складання плану вибіркового обстеження та визначення об'єму вибірки); збір і обробка даних (проведення збору даних, погрішність збору даних, контроль збору даних, перетворення даних, види статистичного аналізу даних, прогнозування показників); інтерпретація (аналіз) даних підготовка і презентація звіту про результати дослідження; використання результатів досліджень; оцінка наслідків використання результатів досліджень).
14. Документальні засади маркетингових досліджень.
15. Міжнародний кодекс з практики маркетингових і соціальних досліджень.

16. Визначення та основні принципи, що наведені в Кодексі.
17. Правила проведення маркетингових досліджень.
18. Етика маркетингових досліджень.
19. Причини виникнення етичних проблем маркетингових досліджень та найбільш складні етичні проблеми. Шляхи вирішення цих проблем.
20. Визначення місткості ринку та його сегментування.
21. Ринкове агрегування і сегментування, принципи (ознаки) сегментації. Алгоритм процесу сегментування ринку. Критерії вибору сегментів ринку як цільових ринків фірми.
22. Поняття кон'юнктури ринку та основні аспекти її дослідження.
23. Види товарної кон'юнктури.
24. Алгоритм вивчення та прогнозу кон'юнктури ринку.
25. Сутність та методи прогнозування збуту фірми.
26. Фактори, які впливають на прогноз збуту. Економічні показники при прогнозуванні збуту.
27. Суть і функції економічної конкуренції, її форми.
28. Стратегії конкуренції. Способи ведення конкурентної боротьби.
29. П'ять сил конкурентного середовища.
30. Конкурентоспроможність суб'єкта конкуренції та її основні ознаки.
31. Види та аналіз конкурентів фірми.
32. Джерела інформації про конкурентів.
33. Сутність та підходи до вивчення поведінки споживачів.
34. Методи дослідження поведінки споживачів.
35. Основні фактори впливу на поведінку покупця на споживчому ринку.
36. Алгоритм процесу прийняття рішення про купівлю у споживчому маркетингу.
37. Концептуальні схеми поведінки споживачів.
38. Чинники зовнішнього впливу на поведінку споживачів.
39. Процес прийняття рішень щодо придбання товару.
40. Чинники «чорної скриньки» споживача.
41. Дослідження міри задоволення споживачів.
42. Аналіз конкурентоспроможності фірми: маркетингові можливості та конкурентні переваги фірми.
43. Загальна характеристика факторів внутрішнього середовища маркетингу: місія; цілі фірми та засоби їх досягнення; організаційна структура; кадрова та маркетингова політика; корпоративна та маркетингова культура тощо.
44. Внутрішня діагностика та її інструменти.
45. Функціонально-вартісний аналіз як внутрішньофірмовий метод маркетингових досліджень.
46. Аналіз продукції та асортименту.
47. Аналіз споживачів (клієнтів).
48. Оцінка загальних виробничих умов.
49. Оцінка ресурсів та ефективності підприємства (у т.ч. ресурсів та ефективності маркетингу).
50. Оцінка маркетингового потенціалу підприємства.
51. Діагностика організаційної структури управління маркетингом підприємства.

52. Дослідження маркетингової культури підприємства.
53. Розвиток маркетингових Інтернет-досліджень в умовах поширення електронної комерції.
54. Засоби маркетингових досліджень в електронній комерції.
55. Програмні продукти в аналізі маркетингової інформації.

#### **Перелік рекомендованої літератури**

1. Малинка О. Я., Устенко А. О., Перезова І. В. [Маркетингова діяльність підприємства](#) : навчальний посібник Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. 434 с. ISBN 978-966-694-272-5
2. Методичні вказівки до виконання курсового проекту з дисципліни «Маркетингові дослідження» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля, біржова діяльність» денної і заочної форм навчання / уклад.: І. В. Перезова, Н. Б. Юрченко – Івано-Франківськ, 2017. – 31 с.
3. Перезова, І. В. [Маркетингові дослідження](#) [Текст] : навч. посіб. / І. В. Перезова, Н. Б. Юрченко. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. – 215 с.
4. Перезова, І. В. [Стратегічний маркетинг](#) [Текст] : навч. посіб. / І. В. Перезова, Н. Б. Юрченко. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. – 256 с.
5. Маркетинг : навч. посіб. / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко, О. Ю. Пригара, Л. О. Ярош-Дмитренко ; Старостіна А. О., ред. – Київ : Інтерсервіс, 2018. – 216 с.
6. Приходько Д. О. Маркетинг: навч. посіб. / Д. О. Приходько. – Харків : ХНАДУ, 2019. – 240 с.
7. Сенишин О. С. Маркетинг: навч. посіб. / О. С. Сенишин, О. В. Кривешко. – Львів : ЛНУ, 2020. – 347 с.

## СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТУ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДЕЙ

Екзамен проводиться в письмовій формі.

Екзаменаційний білет складається з тестових запитань і комплексної задачі.

Тестові питання згруповані за розділами Програми атестаційного екзамену.

Максимальні бали – 100 балів

I Рівень А. Питання теоретичної частини дисциплін:

12 тестових питань, що оцінюються по 2 бали кожне.

Загально сума балів за рівнем:  $12 \times 2 = 24$  бали.

II Рівень В. Питання, що потребують розрахунків одиничною дією:

12 тестових питань, що оцінюються по 3 бали кожне.

Загально сума балів за рівнем:  $12 \times 3 = 36$  балів.

III Рівень С. Практична частина:

1 задача, що складається з декількох розрахункових дій та вибору стратегії - 40 балів.

Критерії оцінки знань при складанні атестаційного екзамену

Підсумкова оцінка визначається шляхом переводу:

### Шкала оцінювання

Національна	Університетська (в балах)	ECTS	Визначення ECTS
<b>Відмінно</b>	<b>90 – 100</b>	<b>A</b>	<b>Відмінно</b> – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок
<b>Добре</b>	<b>82 – 89</b>	<b>B</b>	<b>Дуже добре</b> – вище середнього рівня з кількома помилками
	<b>75 – 81</b>	<b>C</b>	<b>Добре</b> – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок
<b>Задовільно</b>	<b>67 – 74</b>	<b>D</b>	<b>Задовільно</b> – непогано, але зі значною кількістю недоліків
	<b>60 – 66</b>	<b>E</b>	<b>Достатньо</b> – виконання задовільняє мінімальні критерії
<b>Незадовільно</b>	<b>35 – 59</b>	<b>FX</b>	<b>Незадовільно</b> – потрібно попрацювати перед тим, як отримати залік або скласти екзамен
	<b>0 – 34</b>	<b>F</b>	<b>Незадовільно</b> – необхідна серйозна подальша робота