

Міністерство освіти і науки України
Бердянський економіко-гуманітарний коледж
Бердянського державного педагогічного університету

Затверджено

Вченою радою БДПУ

Протокол № 10

« 30 » березня 2016 р.

Голова вченої ради, ректор

В.А. Зарва



ПРОГРАМА
фахового вступного випробування

Освітньо-кваліфікаційний рівень: молодший спеціаліст
на основі освітньо-кваліфікаційного рівня кваліфікованого робітника

Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Бердянськ, 2016 р.

ЗМІСТ

1. Пояснювальна записка	4
2. Зміст програми	7
3. Критерії оцінювання	14
4. Список рекомендованої літератури	16

1. Пояснювальна записка

Перед навчальними закладами I рівня акредитації поставлено завдання підготувати висококваліфікованих, з належним інтелектуальним потенціалом спеціалістів. До майбутніх фахівців ставляться високі вимоги, які полягають в досконалих знаннях фаху. Фахівець своїми знаннями, вміннями, навичками повинен забезпечити ефективне планування і проведення конкретних комерційних операцій за принципами ринкової економіки. Тому, фахівцю незалежно від того, які функції він виконує, необхідні знання, які б забезпечили недопускання збитків через зниження якості і маси товарів під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників.

Фахове вступне випробування на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем молодший спеціаліст спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність проводиться з метою визначення можливості вступників засвоювати навчальні програми підготовки молодшого спеціаліста зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.

Програма фахового вступного випробування містить питання з навчальних дисциплін: «Організація та технологія торговельних процесів», «Товарознавство», «Комерційна діяльність».

Основні вимоги до підготовки вступників:

знати:

- види та форми торгівлі, види роздрібно-торговельної мережі їх функції, особливості, переваги та недоліки, форми та методи роздрібного продажу товарів;
- значення, класифікацію, види немеханічного устаткування, вимоги до нього;
- призначення, класифікацію, вимоги до тари, види, маркірування, зберігання, облік у магазині, заходи щодо скорочення збитків по тарі;
- правила приймання споживчих товарів за кількістю та якістю, правила підготовки товарів до продажу, розташування в торговому залі;
- основні правила роботи магазинів та порядок заняття торговельною діяльністю;
- правила застосування реєстраторів розрахункових операцій при розрахунках зі споживачами за куплені товари та відповідальність за їх недотримання;
- види споживчого попиту та методи їх вивчення;
- значення застосування рекламних засобів у торгівлі; задачі та функції реклами, її вплив на психологічний стан покупця; класифікацію засобів реклами, види, жанри, їх характеристику;
- предмет, зміст і завдання товарознавства, принципи товарознавства;
- промисловий і торговий асортимент, товари простого і складного асортименту; асортиментну концепцію і політику; формування асортименту;

- поняття і значення класифікації, вимоги, до класифікації, основні показники класифікації продукції, методи класифікації, правила класифікації;
- якість споживчих товарів, фактори, які впливають на якість споживчих товарів;
- груповий асортимент продовольчих і непродовольчих товарів;
- умови і термін зберігання споживчих товарів, правила пакування та маркування;
- вимоги до якості споживчих товарів, ознаки псування, види втрат споживчих товарів їх причини, способи зменшення та запобігання;
- застосування в промисловості та домашньому господарстві споживчих товарів;
- роль інформації про товар, канали доведення інформації до споживачів, види та форми інформації; засоби інформації про товар їх характеристику;
- характер і зміст процесів, що здійснюються в торгівлі, комерційні, виробничі, технологічні процеси; предмети і засоби праці; додаткові торгові послуги; основні принципи комерційної діяльності;
- типи підприємств, функції підприємства, фактори, які впливають на комерційну діяльність підприємства;
- особистісні та професійні вимоги до комерційного працівника;
- поняття комерційної інформації, джерела комерційної інформації;
- основні форми розрахунків при закупівлі матеріальних ресурсів;
- поняття посередника, умови і фактори для здійснення посередницької діяльності;
- форми та завдання оптової торгівлі; особливості продажу товарів на оптових ринках, ярмарках, аукціонах, їх види;
- значення фірмового стилю та його складові елементи;
- поняття стратегічного планування, його зміст, форми і методи, принципи та етапи;
- систему державного регулювання ринкового господарства, форми державного регулювання.

вміти:

- здійснювати приймання товарів за кількістю та якістю згідно товарно-супровідних документів;
- складати замовлення на постачання товарів, рекламації, вимоги до постачальників;
- організувати зберігання товарів і підготовку їх до продажу на підприємстві;
- проводити ділові переговори, телефонні перемовини, ділове листування з постачальниками;
- розпізнавати асортимент продовольчих і непродовольчих товарів;
- визначати якість споживчих товарів за органолептичними показниками;

- перевіряти відповідність назви, сорту, терміну реалізації, кількості споживчих товарів за даними маркування та супровідних документів;
- визначати склад продукту, енергетичну цінність, дату виробництва, умови і термін зберігання за маркуванням;
- консультувати споживачів з питань використання, зберігання споживчих товарів, тенденцій моди тощо.

2. Зміст програми

Дисципліна «Організація та технологія торговельних процесів»

Тема 1. Введення в курс

Предмет “ Організація та технологія торгівлі ”, його зміст, поняття, мета вивчення.

Торгівля як галузь народного господарства, її роль, значення, мета, функції та особливості розвитку в умовах ринкових відносин. Види торгівлі, етапи торговельно-технологічних процесів магазину, їх характерні особливості.

Задачі та обов'язки агента з постачання, вимоги до його особистих якостей.

Тема 2. Форми торгівлі. Органи контролю

Форми торгівлі в залежності від форм власності та організаційно-правових форм господарювання, їх особливості. Органи контролю в торгівлі: державний і громадський, види служб, їх функції. Мета та вимоги до проведення, заходи щодо покращання торгівлі товарами повсякденного попиту.

Тема 3. Види роздрібної торговельної мережі. Форми та методи роздрібного продажу товарів

Напрямки розвитку роздрібної торговельної мережі на сучасному етапі. Принципи розміщення роздрібної торговельної мережі, її види. Типізація та спеціалізація роздрібної торговельної мережі в сучасних умовах. Сучасні великоформатні торговельні комплекси, їх особливості: супер- та гіпермаркети, торгові центри, торгово-розважальні центри. Типи магазинів за асортиментом товарів, за методами продажу. Утримання їх у належному санітарно-технічному та екологічному стані. Форми та методи роздрібного продажу товарів, їх відмінні особливості. Застосування нових технологій у процесі продажу товарів.

Тема 4. Немеханічне устаткування, тара, торговий інвентар, інструменти, ваговимірювальні засоби

Значення застосування, класифікація, вимоги до немеханічного устаткування. Модульні прилавки, вітрини, стелажі. Види немеханічного устаткування та торгового інвентарю, призначення, догляд, безпека при використанні, утримання та перевірка справності.

Тара, призначення, класифікація, вимоги до тари, види, маркірування, зберігання, облік у магазині, заходи щодо скорочення збитків по тарі.

Ваговимірювальні засоби, класифікація, метрологічні, торгово-експлуатаційні і санітарно-гігієнічні вимоги. Ваги настільні циферблатні, електронні, товарні, їх призначення. Основні частини вагів (ваг), їх призначення, принципи роботи. Правила установки в робоче положення, усунення дрібних несправностей, правила зважування, дотримання правил безпеки, догляд за вагами. Гирі та інші вимірювальні засоби.

Тема 5. Приймання товарів

Організація, правила та порядок приймання товарів від постачальників та від матеріально-відповідальних осіб. Нормативні та супровідні документи, їх використання та порядок оформлення. Правила приймання товарів за кількістю

та за якістю. Особливості приймання окремих груп продовольчих товарів у магазині. Організація, правила, порядок розміщення товарів на зберігання.

Тема 6. Підготовка товарів до продажу

Значення попередньої підготовки товарів до продажу, основні операції, які виконують при підготовці. Особливості підготовки до продажу окремих груп продовольчих товарів з дотриманням санітарно-екологічних вимог, правил безпеки. Види пакувальних матеріалів, їх особливості та призначення. Підготовка пакувального матеріалу.

Тема 7. Підготовка та організація робочого місця продавця, розміщення та викладка товарів

Поняття про робоче місце, значення правильної його організації, вимоги до його організації, порядок організації на основі наукового підходу та дизайну. Утримання робочих місць у санітарному стані.

Правила розміщення та викладки товарів на робочому місці продавця та торговому залі магазину самообслуговування, інтер'єр торгового залу. Особливості розміщення та викладки окремих груп продовольчих товарів з урахуванням споживчого попиту, зручностей у роботі, товарного сусідства, дизайну.

Тема 8. Організація та правила процесу продажу товарів і правила торговельного обслуговування покупців

Значення правильної організації процесу продажу товарів. Основні правила роботи магазинів та порядок заняття торговельною діяльністю. Правила застосування реєстраторів розрахункових операцій при розрахунках зі споживачами за куплені товари та відповідальність за їх недотримання. Загальні правила продажу продовольчих товарів. Правила обміну та повернення продовольчих товарів належної та неналежної якості. Терміни придатності товарів. Санітарні правила продажу товарів. Правила продажу окремих груп продовольчих товарів. Правила продажу алкогольних напоїв та тютюнових виробів.

Елементи процесу продажу товарів та технологія обслуговування покупців. Нарізка і упаковка м'ясних, молочних гастрономічних товарів вручну та на машинах.

Тема 9. Вивчення споживчого попиту

Поняття про споживчий попит, значення та задача вивчення. Роль продавця у вивченні споживчого попиту та формуванні смаків споживачів. Види споживчого попиту та методи їх вивчення. Аналіз інформації про споживчий попит та заходи, які здійснить адміністрація магазину стосовно даних про попит покупців. Поняття про асортимент товарів, класифікація, характеристика. Фактори, які впливають на формування асортименту товарів у магазині.

Тема 10. Рекламування товарів та оформлення вітрин

Значення застосування рекламних засобів у торгівлі. Задачі та функції реклами, її вплив на психологічний стан покупця. Класифікація засобів реклами, види, жанри, їх характеристика. Вимоги до шрифту, тексту, зображення. Внутрішньо магазинні і поза магазинні засоби реклами. Реклама в

магазині, її особливості. Вітрина – основний засіб реклами товарів. Види вітрин, задачі та вимоги до оформлення. Вітринний інвентар та декоративні елементи, їх призначення. Поняття про композиційне оформлення вітрин. Види вітрин у залежності від характеру оформлення та асортименту товарів. Особливості оформлення прилавків - вітрин, оформлення та розміщення цінників, догляд за вітринами.

Дисципліна «Товарознавство»

Тема 1. Товарознавство – наука про товар.

Наука товарознавства. Поняття про товар і його властивості. Товар як конкретний, розширений, узагальнений продукт. Споживчі товари і товари виробничого призначення.

Предмет, зміст і завдання товарознавства. Принципи товарознавства.

Тема 2. Асортимент товарів.

Поняття асортименту і його роль на ринку. Ширина, глибина, повнота, ступінь поновлення, структура асортименту. Промисловий і торговий асортимент. Товари простого і складного асортименту. Асортиментна концепція і політика. Формування асортименту. Груповий і внутрігруповий асортимент. Поняття попиту. Твердосформований, альтернативний, імпульсний попит. Поняття макро- і мікропопиту. Постійний і змінний асортимент.

Тема 3. Класифікація і кодування товару.

Поняття і значення класифікації. Вимоги, до класифікації. Основні показники класифікації продукції. Методи класифікації. Правила класифікації. Десяткова, сотенна, довільна класифікація. Ступінчастість класифікації. Загальнодержавна, торгова і навчальна класифікація. Торговий асортимент. Роди товарів. Класифікація товарів за призначенням, за ступенем довговічності, за поведінкою покупця, за ступенем участі у виробничому процесі. Штрихове кодування товарів і його значення. Склад штрихового коду. Зчитування коду.

Тема 4. Якість товару.

Поняття якості товару і її значення. Властивості товару. Якість товару. Показники якості. Одиничний і комплексний показник. Методи визначення показників якості. Вимоги, які пред'являють до товарів. Поточні та перспективні вимоги. Загальні і специфічні вимоги. Фактори, які впливають на якість товарів. Об'єктивні і суб'єктивні фактори. Контроль якості продукції. Оцінювання якості товарів. Управління якістю продукції. Принципи управління якістю продукції. Якість продовольчих товарів. Фактори, які впливають на якість продовольчих товарів. Показники призначення, збереженості, естетичні показники, показники транспортабельності, безпеки.

Сертифікація продукції. Добровільна і обов'язкова сертифікація. Самосертифікація і сертифікація відповідності. Стандартизація товарів. Державні стандарти України, галузеві стандарти України, стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок України, стандарти підприємств, технічні умови України. Контроль якості продукції. Внутрівиробничий, відомчий спеціалізований контроль. Дефекти продукції. Умови зберігання і транспортування товарів. Зберігання продовольчих товарів в роздрібній

торговій мережі. Гарантійний термін. Термін придатності. Вплив тари на збереження товарів. Транспортна, споживча, виробнича тара. Втрати продовольчих товарів у процесі товаропросування. Втрати вологи, хімічних речовин. Розпилювання, витікання, танення, просочування, розливання, розкришування.

Тема 5. Груповий асортимент продовольчих товарів.

Зерно і борошняні вироби: крупи, борошно, макаронні вироби, хлібобулочні вироби, бубличні вироби, хлібна соломка і хлібні палички, сухарні вироби і хлібні хрусти.

Фрунтоовочеві товари: свіжі фрукти і овочі, продукти переробки овочів і фруктів. Крохмаль, цукор, мед, кондитерські вироби.

Смакові товари: чай, кава, кавові напої, прянощі та приправи, алкогольні і безалкогольні напої.

Жирові продукти: олії, тваринні топлени жири, маргарин, жири для кулінарії, кондитерської і хлібопекарської промисловості, майонез. Яйця і яєчні товари: яйця, продукти переробки яєць.

Молоко і молочні товари: молоко, вершки, кисломолочні продукти, молочні консерви, морозиво, вершкове масло, сичужні жири.

М'ясо і м'ясні товари: м'ясо тваринне, субпродукти, м'ясо птиці, м'ясні копченості, ковбасні вироби, м'ясні консерви, м'ясні напівфабрикати.

Риба і рибні товари: жива товарна риба, види розбирання риби, риба холодильної обробки, солоні рибні товари, копчені рибні товари, в'ялені і сушені рибні товари, рибні консерви, рибні пресерви.

Тема 6. Груповий асортимент промислових товарів.

Товари з пластмасових мас.

Товари побутової хімії: клеї, лакофарбові товари, засоби для прання, миття і чищення, мінеральні добрива, отрутохімікати.

Скляні товари. Керамічні товари: фарфорові вироби, тонкокам'яні вироби, фаянсові вироби, майолікові вироби.

Господарські товари.

Побутові електротехнічні товари.

Меблеві товари.

Будівельні матеріали.

Текстильні товари: волокна, тканини, неткані текстильні матеріали, штучне хутро, килими і килимові вироби.

Швейні товари: верхній одяг, білизна швейна, головні убори.

Трикотажні товари: верхній трикотаж, трикотажна білизна, панчішно-шкарпеткові вироби, рукавичні вироби, головні убори і хустко-шарфові вироби.

Взуттєві товари.

Пушно - хутрові і овечо-шубні товари.

Парфумерно-косметичні товари.

Галантерейні товари.

Папір і картон, шкільно-письмові і канцелярські товари.

Фото кіно товари.

Побутова радіоелектронна апаратура.

Музичні товари.
Іграшки.
Товари для спорту і туризму.
Ювелірні товари.
Побутові годинники.

Тема 7. Інформаційне забезпечення товару.

Роль інформації про товар. Канали доведення інформації до споживачів. Види інформації. Засоби інформації про товар. Споживче і транспортне маркування. Товарна марка. Носії маркування. Товаросупровідні документи. Товарна інформація. Види товарної інформації.

Тема 9. Експертиза товарів.

Поняття і завдання експертизи. Мета експертизи. Об'єкти і суб'єкти експертизи. Методи проведення експертизи. Види експертизи. Структура і зміст висновків експерта. Суть товарознавчої експертизи. Експертиза нормативної і супровідної документації. Документальна експертиза. Експертиза кількості товарів. Експертиза якості товарів.

Дисципліна « Комерційна діяльність»

Тема 1. Суть, роль, зміст і завдання комерційної роботи.

Поняття і суть комерційної роботи. Предмет, зміст і завдання курсу «Комерційна діяльність». Основна мета комерції в сфері товарного обігу. Зміст основ комерційної діяльності. Роль і завдання розвитку комерційної роботи на сучасному етапі. Характер і зміст процесів, що здійснюються в торгівлі. Комерційні, виробничі, технологічні процеси. Предмети і засоби праці. Додаткові торгові послуги. Основні принципи комерційної діяльності. Гнучкість комерції.

Тема 2. Промислове підприємство як суб'єкт комерційної діяльності.

Промислове підприємство як суб'єкт комерційної діяльності. Суть підприємства. Типи підприємств. Функції підприємства. Фактори, які впливають на комерційну діяльність підприємства. Суть комерційної діяльності на підприємстві.

Організаційно-правові форми підприємства. Приватне, індивідуальне підприємство. Виробничі кооперативи. Господарські товариства. Повне товариство. Командитне товариство. Товариство з обмеженою відповідальністю. Товариство з додатковою відповідальністю. Акціонерне товариство.

Малі підприємства. Організаційні форми об'єднання підприємств. Концерн. Конгломерат. Транснаціональні корпорації. Консорціум. Холдинг. Фінансово-промислові групи.

Тема 3. Психологія та етика в комерційній діяльності.

Особистісні та професійні вимоги до комерційного працівника. Етичний кодекс підприємця-комерсанта. Етикет підприємця-комерсанта. Комерційний ризик і способи його зменшення.

Тема 4. Комерційна інформація та її захист.

Поняття комерційної інформації. Джерела комерційної інформації. Комерційна таємниця. Комерційні секрети. Промислове шпигунство. Ділова інформація. Технічна інформація. Забезпечення захисту комерційної таємниці. Роль товарних знаків у комерційній роботі. Реєстрація товарного знака. Колективний знак. Використання товарного знака.

Тема 5. Комерційна діяльність із закупівлі матеріальних ресурсів.

Планування матеріального забезпечення. Вивчення ринку сировини і матеріалів. Види закупівель. Організація господарських зв'язків. Договір постачання. Договір купівлі-продажу. Функції, які виконує договір. Вибір постачальника. Специфікація на необхідні види матеріальних ресурсів. Маркування продукції. Транспортні умови поставки. Умови поставки. Приймання продукції за якістю. Терміни приймання продукції. Приймання продукції за кількістю. Терміни приймання продукції за кількістю. Основні форми розрахунків при закупівлі матеріальних ресурсів. Платіжні доручення, акредитиви, чеки. Розрахунок з допомогою векселів. Акредитивна форма розрахунків. Кліринг.

Тема 6. Збутова комерційна діяльність.

Роль збуту продукції. Дослідження товарного ринку. Вивчення товару. Вивчення ємкості ринку. Аналіз кон'юнктури ринку. Сегментація ринку. Дослідження діяльності конкурентів. Планування асортименту продукції. Планування збуту продукції. Розробка збутової програми. Прогнозування об'єму збуту. Методи експертних оцінок. Математичний метод. Рівневий і ситуаційний методи прогнозування об'єму продаж. Канали збуту. Прямий, непрямий, інтенсивний, селективний, націлений, не націлений види збуту. Організація оперативно-збутової роботи. Графіки відвантаження продукції і організація відвантаження продукції. Упаковка продукції.

Тема 7. Концепція комерційної діяльності у сфері товарного обігу.

Комерційна система в сфері товарного обігу. Зміст комерційно-посередницької діяльності: принципи, мета і завдання. Виробничі і комерційні процеси. Поняття посередника. Умови і фактори для здійснення посередницької діяльності: основні засоби, грошовий капітал, науково-інформаційні ресурси, фактор часу. Науково-консультативні, рекламні, інжинірингові послуги. Дистриб'юторські функції. Основні групи агентів: промислові, збутові, торгові.

Тема 8. Розвиток комерційних зв'язків в сфері товарного обігу.

Суть комерційних зв'язків і принципи їх формування. Групування комерційних зв'язків. Концепція комерційних послуг, класифікаційні ознаки. Комерційна робота з організації оптової і роздрібної торгівлі. Форми оптової торгівлі. Завдання оптової торгівлі. Продаж товарів на оптових ринках. Біржова торгівля. Роздрібна торгівля. Методи продажу товарів: самообслуговування; обслуговування через прилавок; за зразками; з відкритою викладкою і за попередніми замовленнями. Торгівля поштою. Електронна торгівля. Ярмаркова торгівля: мета і предмет діяльності. Виставка – продаж: мета, предмет діяльності. Аукціонна торгівля. Конкурсна (тендерна) торгівля.

Тема 9. Основні засоби маркетингових комунікацій.

Комерційна пропаганда. Стимулювання збуту. Основні риси системи стимулювання збуту. Фірмовий стиль та його складові елементи. Товарний знак. Логотип. Фірмовий блок. Слоган. Поняття, суть і завдання реклами. Риси торгової реклами. Види рекламних засобів та їх застосування. Реклама в пресі. Друкована реклама. Аудіовізуальна, радіо і телереклама.

Тема 10. Внутрішньо фірмове планування і державне регулювання.

Стратегічне планування. Зміст, форми і методи стратегічного планування. Етапи стратегічного планування. Принципи стратегічного планування. Оперативний бізнес – план. Розділи бізнес – плану. Бізнес – операція, її зміст і ресурсне забезпечення. Система державного регулювання ринкового господарства. Пряме і непряме державне регулювання.

3. Критерії оцінювання

Тест – це завдання стандартної форми, виконання якого дає можливість виявити рівень сформованості знань, умінь, навичок.

Час виконання тестових завдань – 180 хвилин.

Екзаменаційний тест складається із 100 завдань, з яких – 95 тестів закритого типу (з альтернативними вибірковими відповідями в 4-х варіантах) та 5 тестів відкритого типу (самостійна відповідь на питання, на утворення логічних пар, на визначення термінологічних понять, написання міні-творів та інших форм творчої роботи).

Від 1-го до 95-го завдання за кожну правильну відповідь нараховується 0,8 бала.

Кількість правильних відповідей за тестові питання	Бал за 200-бальною шкалою оцінювання	Кількість правильних відповідей за тестові питання	Бал за 200-бальною шкалою оцінювання
0	100,0	48	138,4
1	100,8	49	139,2
2	101,6	50	140,0
3	102,4	51	140,8
4	103,2	52	141,6
5	104,0	53	142,4
6	104,8	54	143,2
7	105,6	55	144,0
8	106,4	56	144,8
9	107,2	57	145,6
10	108,0	58	146,4
11	108,8	59	147,2
12	109,6	60	148,0
13	110,4	61	148,8
14	111,2	62	149,6
15	112,0	63	150,4
16	112,8	64	151,2
17	113,6	65	152,0
18	114,4	66	152,8
19	115,2	67	153,6
20	116,0	68	154,4
21	116,8	69	155,2
22	117,6	70	156,0
23	118,4	71	156,8
24	119,2	72	157,6
25	120,0	73	158,4
26	120,8	74	159,2
27	121,6	75	160,0

28	122,4	76	160,8
29	123,2	77	161,6
30	124,0	78	162,4
31	124,8	79	163,2
32	125,6	80	164,0
33	126,4	81	164,8
34	127,2	82	165,6
35	128,0	83	166,4
36	128,8	84	167,2
37	129,6	85	168,0
38	130,4	86	168,8
39	131,2	87	169,6
40	132,0	88	170,4
41	132,8	89	171,2
42	133,6	90	172,0
43	134,4	91	172,8
44	135,2	92	173,6
45	136,0	93	174,4
46	136,8	94	175,2
47	137,6	95	176,0

Від 96-го до 100-го завдання за кожну відповідь нараховується від 0 до 4,8 бала в залежності від повноти відповіді.

3,7 - 4,8 балів - завдання виконано повністю, відповідь обґрунтовано, висновки та пропозиції аргументовано і оформлено належним чином.

2,5 – 3,6 балів - завдання виконано повністю, але допущено незначні неточності у відповідях або оформленні.

1,3 – 2,4 балів - завдання виконано менш ніж на 60%, за умови належного оформлення; або не менш ніж на 80% якщо допущені незначні помилки у відповідях або оформленні.

0 – 1,2 балів - завдання виконано менш ніж на 40%, без належного оформлення, зі значними помилками у відповідях або оформленні.

Отже, за 5 тестів відкритого типу вступник може набрати від 0 до 24 балів.

Остаточна конкурсна оцінка (**КО**) за 200-бальною шкалою (від 100 до 200) формується за формулою:

$$\mathbf{КО = 3Т + ВТ},$$

де **3Т** – бали за виконання тестів закритого типу (див. таблицю); **ВТ** – бали за виконання тестів відкритого типу (від 96-го до 100-го).

4.Список рекомендованої літератури

1. Державні стандарти на продовольчі та непродовольчі товари.
2. Агбаш В.Л., Елизарова В.Ф. Товароведение непродовольственных товаров. Учебное пособие. - 2-е изд, переработанное. - М.: Высш. шк, 1989. – 328 с.
3. Апопій В.В., Міщук І.П., Рудницький С.І., Хом'як Ю.М. «Теорія та практика торговельного обслуговування», навчальний посібник, Київ: Центр навчальної літератури, 2005 р, - 496с.
4. Болотников А.А. Товароведение: Курс лекций. - 2-е изд., перераб. и доп. - К.: МАУП, 2001. – 213 с.
5. Дашков Л.П., Памбухчянц В.К. Коммерция и технология торговли. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999.
6. Дашков Л.П., Памбухчянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000.
7. Зубкова И.Н. Организация торговли непродовольчими товарами: Навч. посіб. — М.: Видав. буд., 2000. — 218 с. Кисельов А.П. основи бізнесу. - К.: Вища школа, 1997.
8. Каплина С.А. Организация коммерческой деятельности. Учебное пособие. Ростов-на-Дону.: Феникс, 2002 - 416с.
9. Криковцева Н.О., Казакова О.Б., Саркісян Л.Г., Авдєєнко Л.Л., Дяченко Г.А., Курська Л.С., Сахарова О.Н. Комерційна діяльність. – К.: Центр Учбової літератури, 2007, - 296с.
10. Михайлівський В.С. «Товарознавство харчових продуктів». – К.: КНТЕУ, 2002.
11. Николаева М.Н. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: Учебник. - М.: НОРМА, 1997. – 568 с.
12. Панкратов Ф.Г., Памбухчянц В.К. Коммерция и технология торговли: Учеб. для высш. торг.-экон. заведений. - М: Информ.-внедр. центр "Маркетинг", 1996.
13. Панкратов Ф. Г., Серьогіна Т. К. Комерційна справа: Навчальний посібник для вузів. Інформаційно-видавнича агенція "Вертекс", 2001. - 352 с.
14. Полікарпов І.С., Семак Б.Д. та ін., «Товарознавство непродовольчих товарів: одягово-взуттєві вироби» Навчально-наочний посібник. - Львів: Видавництво Магнолія 2006, 2009.- 264с.,
15. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. Учебник. – М.:ИНФРА.М, 2001.- 248с.