



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ЗАТВЕРДЖУЮ

БО Ректора ЦНТУ

Андрій КИРИЧЕНКО

Протокол ПК № 5 від « 10 » 03 2026 року

ПРОГРАМА

**фахового вступного випробування
для вступу на навчання**

**для здобуття освітнього ступеня магістра
за освітньо-професійною програмою «Підприємництво,
торгівля та логістика»
спеціальність D7 «Торгівля»
галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право»**

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Освітньо-професійна програма

Рівень вищої освіти

Спеціальність

Галузь знань

**«Підприємництво, торгівля та
логістика»**

другий (магістерський)

D7 «Торгівля»

**D «Бізнес, адміністрування та
право»**

Гарант освітньої програми



к.е.н., доц. І.В. Журило

Завідувач кафедри
економіки, підприємництва та
готельно-ресторанної справи



д.е.н., проф. В.В. Зайченко

АНОТАЦІЯ

Фахове вступне випробування для вступу на навчання передбачає перевірку здатності до опанування освітньої програми **«Підприємництво, торгівля та логістика»** спеціальності D7 **«Торгівля»** другого (магістерського) рівня вищої освіти на основі набутих компетентностей та програмних результатів навчання, що визначені стандартом спеціальності D7 **«Торгівля»** першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Програма фахового вступного випробування для вступу на навчання для здобуття освітнього ступеня магістра за освітньо-професійною програмою **«Підприємництво, торгівля та логістика»** спеціальності D7 **«Торгівля»** розроблена фаховою атестаційною комісією на основі стандарту вищої освіти за спеціальністю D7 **«Торгівля»** першого (бакалаврського) рівня.

Організація вступного випробування здійснюється згідно з Правилами прийому до Центральноукраїнського національного технічного університету в 2026 році.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Вступний іспит складається з 50 тестових завдань однакової складності. Вірна відповідь оцінюється в 1 бал з подальшим переведенням в шкалу 100-200 балів відповідно до таблиці.

Тестовий бал	Рейтингова оцінка	Тестовий бал	Рейтингова оцінка	Тестовий бал	Рейтингова оцінка
0	не склав	17	114	34	154
1	не склав	18	116	35	157
2	не склав	19	118	36	160
3	не склав	20	120	37	163
4	не склав	21	122	38	166
5	не склав	22	124	39	169
6	не склав	23	126	40	172
7	не склав	24	128	41	175
8	не склав	25	130	42	178
9	не склав	26	132	43	181
10	100	27	134	44	184
11	102	28	138	45	187
12	104	29	140	46	190
13	106	30	142	47	193
14	108	31	145	48	196
15	110	32	148	49	199
16	112	33	151	50	200

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Дисципліна «Основи торгівельної діяльності»

1. Роздрібна торговельна мережа.
2. Позамагазинні форми продажу товарів
3. Організація процесу продажу товарів і обслуговування покупців
4. Види посередників в оптовій торгівлі та їх функції
5. Організація товаропостачання роздрібною торговельною мережі
6. Складська мережа та організація технологічних процесів на складах

Дисципліна « Електронна комерція»

1. Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Історія розвитку електронної комерції.
2. Порівняльний аналіз традиційного бізнесу з електронним.
3. Суб'єкти і категорії електронної комерції.
4. Правові аспекти електронної комерції.
5. Історія виникнення та розвитку Інтернет.
6. Сервіси Інтернет.
7. Визначення та суть концепції веб-сайту
8. Електронні платіжні системи та фінансові інструменти в мережі Інтернет.
9. Засоби криптографії та їх використання в електронній комерції.
10. Поняття цифрового підпису та цифрового сертифікату.
11. Internet-ринок: роздрібна торгівля в інтернет і торгівля між підприємствами..
12. Реклама в електронній комерції та її ефективність.
13. Особливості маркетингу в Інтернет

Дисципліна «Основи товарознавства»

1. Теоретичні основи загального товарознавства.
2. Методи товарознавства.
3. Асортимент та номенклатура товарів
4. Споживчі властивості товарів.
5. Якість товарів.
6. Стандартизація та сертифікація товарів.
7. Фактори збереження якості товарів.
8. Види і засоби інформації по товари та маркування.
9. Система класифікації та кодування товарів.
10. Основи товарознавства продовольчих товарів
11. Основи товарознавства непродовольчих товарів
12. Роль пакувальних матеріалів і тари в сфері торгівлі.
13. Зберігання товарів під час товароруку

Дисципліна «Маркетинг»

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
2. Система та характеристики сучасного маркетингу
3. Маркетингові дослідження
4. Процес стратегічного маркетингового планування
5. Маркетингова товарна політика
6. Маркетингова цінова політика
7. Маркетингова політика комунікації
8. Комплекс маркетингових комунікацій

9. Організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві

Дисципліна «**Менеджмент підприємницької діяльності**»

1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту.
2. Історія розвитку менеджменту.
3. Закони, закономірності та принципи менеджменту.
4. Функції та методи менеджменту.
5. Процес управління.
6. Планування як загальна функція менеджменту.
7. Організування як загальна функція менеджменту.
8. Мотивування як загальна функція менеджменту.
9. Контролювання як загальна функція менеджменту.
10. Регулювання як загальна функція менеджменту.
11. Інформація і комунікації в менеджменті.
12. Керівництво та лідерство.
13. Ефективність менеджменту
14. Стратегії бізнесу.

Дисципліна «**Логістика**»

1. Сутність, концепція та еволюція логістики
2. Управління матеріальними потоками в логістиці
3. Логістичні системи
4. Закупівельна логістика
5. Логістика в торговельній діяльності
6. Виробнича логістика
7. Розподільча логістика
8. Транспортна логістика
9. Інформаційна логістика
10. Логістика запасів
11. Логістична організація складських процесів
12. Логістичний сервіс
13. Ефективність логістичної системи

Рекомендована література

1. Байдакова Л.І. Товарознавство. Непродовольчі товари: взуттєві і хутряні вироби. Підручник. Київ: Вища шк., 2007. 183 с.
2. Бірта Г.О., Бургу Ю.Г. Товарознавство продовольчих товарів (спецкурс). Київ: Видаництво «Центр учбової літератури», 2012. 224 с.
3. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі: навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.
4. Бойчук І., Музика О. Інтернет в маркетингу. Київ : Центр навч. літ., 2019. 512 с.
5. Власова Н.О., Пономарьова Ю.В. Формування ефективної закупівельної політики підприємств роздрібно торгівлі: Навч. посіб. Харків, 2003. 144 с.
6. Заборська Н.К., Жуковська Л.Е. Основи логістики: Навчальний посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 216 с.
7. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. Івано-Франківськ : «Лілея-НВ», 2015. 264 с.
8. Запірченко Л.Д. Товарознавство. Конспект лекцій. Кропивницький: ЦНТУ. 2022. 166 с.
9. Ковальська Л. М., Кривовязюк І.В. Торгівля і підприємництво : навч. посібник. Київ : Кондор, 2018. 620 с.

10. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
11. Павлов КВ Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк. Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с. ISBN 978-617-7843-42-8. 410 с.
12. Саркісян Л. Г., Казакова О. Б. Технологія торговельних процесів. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 296 с.
13. Філіппова С. Менеджмент: підручник. 2-ге видання. Київ: Кондор-Видавництво, 2018. 758 с.
14. Шалева, О. І. Електронна комерція [Текст] : навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2018. 216 с. ISBN 978-611-01-0152-3.
15. Шкільняк М.М. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 258 с.

Голова фахової атестаційної комісії



Наталія СИСОЛІНА