

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

*Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015*



**ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі здобутого освітнього ступеня бакалавра,
магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста)**

галузі знань	07 «Управління та адміністрування» 24 «Сфера обслуговування»
спеціальності	073 «Менеджмент» 242 «Туризм»
освітні програми	«Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент» «Міжнародний спортивний менеджмент та рекреація» «Міжнародний туристичний бізнес» «Міжнародний івент-менеджмент в туризмі»

Київ 2021

ВСТУП

Фахове вступне випробування проводиться з метою оцінювання рівня підготовки вступників, ступеня володіння професійними знаннями для подальшого опанування освітнього ступеня «магістр» зі спеціальності 073 «Менеджмент» освітніх програм «Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент», «Міжнародний спортивний менеджмент та рекреація» і спеціальності 242 «Туризм» освітніх програм «Міжнародний туристичний бізнес», «Міжнародний івент-менеджмент в туризмі».

Програму фахового вступного випробування для здобуття освітнього ступеня «магістр» розроблено відповідно до стандартів вищої освіти КНТЕУ, освітньо-професійних програм підготовки бакалаврів спеціальності «Менеджмент» (освітньої програми «Туристичний менеджмент») та спеціальності «Туризм».

Метою програми є забезпечення вступників інформацією щодо структури та змісту фахового вступного випробування, а також створення необхідних умов для оцінювання знань, здобутих ними у процесі навчання за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів відповідної спеціальності.

До програми фахових вступних випробувань увійшли змістові модулі програм нормативних дисциплін з професійної підготовки.

Програма складається з таких розділів:

1. Вступ.
2. Розділ 1. Менеджмент.
3. Розділ 2. Маркетинг.
4. Розділ 3. Економіка туризму.
5. Розділ 4. Організація туризму.
6. Розділ 5. Економіка підприємства.
7. Список рекомендованих джерел.
8. Критерії оцінювання знань на вступному фаховому випробуванні для здобуття освітнього ступеня «магістр».

Змістовне насичення програм підготовки по різних освітнім програмам визначається освітньо-професійними програмами КНТЕУ і передбачає демонстрацію основних професійних компетентностей, які є базовими для подальшого набуття знань та вмінь на рівні «магістр».

Програма фахових вступних випробувань *за спеціальністю «Менеджмент» освітньою програмою «Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент»* містить змістові модулі наступних дисциплін: «Менеджмент», «Маркетинг», «Організація туризму», «Економіка туризму».

Програма фахових вступних випробувань *за спеціальністю «Менеджмент» освітньою програмою «Міжнародний спортивний*

менеджмент та рекреація» містить змістові модулі наступних дисциплін: «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка підприємства».

Програма фахових вступних випробувань *за спеціальністю «Туризм» освітньою програмою «Міжнародний туристичний бізнес»* містить змістові модулі наступних дисциплін: «Менеджмент», «Організація туризму», «Економіка туризму».

Програма фахових вступних випробувань *за спеціальністю «Туризм» освітньою програмою «Міжнародний івент-менеджмент в туризмі»* містить змістові модулі наступних дисциплін: «Менеджмент», «Маркетинг», «Організація туризму».

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Розділ 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Понятійно-категоріальний апарат у менеджменті.

Поняття та ознаки організації. Внутрішнє середовище та зовнішнє середовище організації. Фактори прямої та непрямой дії. Концепції життєвого циклу організації.

Функцій менеджменту. Загальні (основні), конкретні (спеціальні) функції менеджменту.

Планування як функція менеджменту. Види планування та їх взаємозв'язок. Основні елементи системи планування. Організація як функція менеджменту. Сутність та елементи організаційної структури управління. Види організаційних структур управління. Мотивація як функція менеджменту. Поняття мотивації. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і заохочень працівника у процесі мотивації. Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми. Контроль та його місце в системі управління: принципи, цілі, види.

Концепція проектування роботи в туристичних підприємствах. Система менеджменту туристичного підприємства та характеристика її основних елементів.

Персонал туристичного підприємства: підходи до визначення, класифікація, структура та оцінка. Стратегія і тактика управління персоналом.

Організаційна поведінка як об'єкт управління та характеристика факторів, що її визначають. Сутність лідерства в колективі. Теорії лідерства. Організаційна культура: поняття, види, компоненти та практика їх використання в управлінні персоналом.

Сутність та структура самоменеджменту. Функціональна модель самоменеджменту. Час керівника та основні принципи його раціонального використання. Принципи ефективного планування праці керівника. Управління робочим часом.

Методи менеджменту: економічні, адміністративні, соціально-психологічні. Інформація: види та роль в менеджменті. Комунікації в менеджменті. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту. Управлінське рішення як результат управлінської діяльності.

Результативність та ефективність менеджменту. Економічна, організаційна та соціальна ефективність управління.

Розділ 2. МАРКЕТИНГ

Понятійно-термінологічний апарат у маркетингу. Цілі, принципи і функції маркетингу. Види маркетингу.

Маркетингове поняття ринку, його функції та ознаки. Кон'юнктура ринку: поняття, показники оцінки. Поняття інфраструктури ринку та її елементи. Класифікація ринків. Поняття сегменту й сегментації ринку.

Поняття і структура маркетингового середовища підприємства. Зовнішнє та внутрішнє середовище маркетингу.

Комплекс маркетингу та його основні компоненти. Маркетингова товарна політика: зміст і завдання. Товар як ключовий елемент комплексу маркетингу. Класифікація товарів. Поняття номенклатури товарів та товарного асортименту. Життєвий цикл товару на ринку. Маркетингова цінова політика: зміст і завдання. Маркетингова збутова політика: зміст і завдання. Поняття стимулювання збуту. Засоби стимулювання збуту. Характеристики каналів розподілу.

Поняття, цілі, завдання маркетингових комунікацій. Класифікація маркетингових комунікацій. Показники оцінювання ефективності маркетингових комунікацій. Реклама: поняття та ознаки. Класифікація реклами. Основні різновиди носіїв реклами. Поняття й основні етапи рекламної кампанії.

Планування і організація маркетингової діяльності: сутність, завдання, принципи, етапи. Моделі організаційних структур служби маркетингу. Контроль маркетингової діяльності.

Розділ 3. ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ

Туризм у світовій та національній економіці: індикатори стану та тенденцій. Попит на ринку туристичних послуг. Еластичність попиту. Сезонність в туризмі: поняття, види, показники та методи вимірювання. Пропозиція на ринку туристичних послуг. Фактори впливу на обсяг та структуру туристичної пропозиції. Конкурентоспроможність суб'єктів туристичної діяльності: поняття і види. Фактори впливу на конкурентоспроможність. Методичні основи аналізу конкурентоспроможності: етапи, показники, методи.

Ресурсний потенціал суб'єктів туристичної діяльності: сутність, склад, показники ефективності використання. Основні засоби суб'єктів туристичної діяльності: поняття, класифікація, види вартісної оцінки.

Система показників стану, руху, ефективності використання основних засобів. Нематеріальні ресурси: поняття, види. Трудові ресурси суб'єктів туристичної діяльності: сутність, класифікація, принципи й завдання формування. Продуктивність праці: поняття, показники і методи оцінки. Система матеріального стимулювання праці. Сутність та види заробітної плати. Форми та системи оплати праці. Фінансові ресурси та капітал суб'єктів туристичної діяльності: поняття, джерела формування.

Результати та ефективність господарювання суб'єктів туристичної діяльності. Показники обсягу основної (операційної) діяльності підприємства в туризмі: інформаційне забезпечення, методи аналізу та планування. Витрати підприємств. Методичні засади аналізу та планування поточних витрат. Собівартість туристичного продукту: види, показники, порядок розрахунку. Методи калькулювання собівартості. Доходи підприємств: сутність, види, класифікація. Методичні засади аналізу та планування доходів підприємства. Ціни та ціноутворення в туризмі: види, методи, цінові знижки. Фінансові результати (прибуток, збиток): сутність, функції, механізм формування. Рентабельність: поняття, показники оцінки.

Оподаткування суб'єктів господарювання в туризмі. Види податків та обов'язкових платежів. Спрощена система оподаткування: сутність та механізм сплати єдиного податку.

Поняття інвестиційної діяльності суб'єктів туристичної діяльності. Класифікація інвестицій. Інвестиційні ресурси суб'єктів туристичної діяльності та політика їх формування.

Бізнес-планування в туризмі: предмет, зміст, принципи, функції, цілі та завдання. Види бізнес-планів у туризмі. Основні розділи бізнес-плану. Підприємницький ризик в туризмі: сутність, оцінка.

Розділ 4. ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

Понятійний апарат в туристичній діяльності. Туристичний продукт: поняття, складові та їх характеристика. Фактори розвитку туризму. Функції туризму. Туристичні ресурси. Споживачі й виробники туристичних послуг. Туристичне посередництво. Організаційні форми туризму. Види туризму. Класифікація маршрутів та турів. Типи туристів.

Туристична політика: визначення, види та класифікація. Світова туристична політика та роль міжнародних організацій в її формуванні. Міжнародна інтеграція в туризмі: транснаціональні корпорації, туристичні мережі, консорціуми, корпорації, альянси та інші види інтегрованих туристичних утворень. Державна туристична політика в Україні. Державні і недержавні громадські організації в туризмі. Державні, національні, регіональні програми/концепції розвитку туризму. Програми розвитку окремих видів туризму.

Ліцензування в туризмі. Сертифікація та стандартизація в туризмі (за

видами туристичних підприємств і складовими туристичної індустрії).

Процес обслуговування в туристичному підприємстві. Порядок надання туристичних послуг. Асортименту послуг туристичного оператора. Технологія проектування туру. Етапи формування та реалізації туристичного продукту. Програмне обслуговування в туризмі. Види програмних заходів. Проектування туристичних маршрутів і турів. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів. Фактори впливу на структуру турів та формування програмного забезпечення. Документальне забезпечення туристичного обслуговування.

Система транспортного забезпечення в туризмі. Види транспортних подорожей. Перевізні документи та правила їх оформлення. Технологія обслуговування туристів на транспорті: авіа-, залізничному, водному, автомобільному. Види круїзів та автотранспортних перевезень.

Поняття та основні види туристичних формальностей: паспортно-візові, митні, валютні, медико-санітарні. Світова та національна нормативно-законодавча база виконання туристичних формальностей. Місцеві туристичні формальності та збори.

Види страхування в туризмі. Обов'язкові види страхування. Правила і порядок страхування туристів та їх майна, порядок виплати страхових сум. Основні види туристичних документів. Види договорів у туризмі, порядок їх оформлення. Ваучер як основний туристичний документ. Порядок та послідовність оформлення документів туристів.

Бронювання послуг готельних, транспортних, екскурсійних підприємств. Правила взаємодії туристичного та готельного підприємств. Оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Глобальні та альтернативні дистрибутивні системи в туризмі. Своєчасне та несвоєчасне анулювання туристичних послуг.

Основні права та обов'язки туристів. Нормативно-правові акти щодо забезпечення безпеки туристичних подорожей. Фактори ризиків в туризмі та основні заходи щодо нівелювання наслідків. Умови забезпечення безпеки на транспорті. Правила поведінки туристів у разі надзвичайних ситуацій (тероризм, бандитизм та інші кримінальні дії; пандемія, епідемії). Правила поведінки туристів у разі виникнення травмонебезпеки, форс-мажору, шкідливого впливу довкілля та інших несприятливих факторів. Правила поведінки туристів у разі специфічних факторів ризику (природні та техногенні катастрофи).

Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі. Види туроператорів та характеристика їх діяльності. Проектування туристичного продукту. Digital туроперейтинг. Ідентифікація постачальників туристичних послуг. Сайт туроператора. Програмний туризм у туроперейтингу. Формування асортименту послуг туристичного оператора. Рецептивний туроперейтинг. Ініціативний туроперейтинг. Консолідований туроперейтинг.

Розділ 5. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство як суб'єкт господарювання. Основні ознаки підприємства. Види підприємства та їх класифікація.

Економічні ресурси підприємства. Основних засоби: поняття, класифікація, види вартісної оцінки; система показників стану, руху, ефективності використання основних засобів . Нематеріальні ресурси: поняття, види.

Трудові ресурси: сутність, класифікація, принципи й завдання формування. Продуктивність праці: поняття і методи оцінки. Фактори впливу на продуктивність праці. Система матеріального стимулювання праці. Сутність та види заробітної плати. Форми та системи оплати праці.

Фінансові ресурси та капітал підприємства: поняття, джерела утворення.

Витрати підприємства: сутність, поточні й капітальні витрати. Методичні засади аналізу та планування поточних витрат підприємства. Собівартість продукції: види, показники, порядок розрахунку. Методи калькулювання продукції підприємства.

Доходи підприємства: сутність, види, класифікація. Доходи від операційної діяльності підприємства. Цінова політика підприємства. Методи ціноутворення. Методичні засади аналізу та планування доходів підприємства.

Сутність, функції та механізм формування фінансових результатів (прибуток, збиток) діяльності підприємства. Рентабельність підприємства: поняття, система показників.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

До розділу 1 «Менеджмент»

1. Кузнецова Т. О., Янковська Л. А., Савіна Н. Б., Семчук Ж. В. Менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. Львів : Магнолія-2006, 2017. 293 с.
2. Ладонько Л. С., Михайловська О. В., Філіпова Н. В. Менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Кондор, 2015. 268 с.
3. Менеджмент організації. Теорія та практика : навч. посіб. / за заг. ред. Г. Є. Мошека. Київ : Ліра-К, 2019. 808 с.
4. Основи менеджменту : навч. посіб. / за наук. ред. М. Г. Бойко. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2015. 336 с.
5. Основи менеджменту : підручник / С. І. Бай та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Харків : Фоліо, 2013. 1406 с.
6. Палеха Ю. І., Мошек Г. Є., Миколайчук І. П. Основи менеджменту. Теорія і практика : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2018. 528 с.
7. Федоренко В. Г. Менеджмент : підручник. 3-тє вид., переробл. і доповн. Київ : Алерта, 2015. 492 с.

До розділу 2 «Маркетинг»

1. Андрєєва Т., Гурьянов А., Терещенко Д., Барабанов І. Маркетинг : навч. посіб. Київ : Бурун Книга, 2013. 108 с.
2. Дорошенко Г. О. Маркетинг : навч. посіб. Харків : Тім Пабліш Груп, 2016. 411 с.
3. Жегус О. В. Парцирна Т. М. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Харків : ФОП Іванченко І.С., 2016. 237 с.
4. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : КМ-БУКС, 2019. 224 с.
5. Маркетинг : навч. посіб. / за наук. ред. С. В. Ковальчук. Львів : Новий світ-2000, 2015. 679 с.
6. Ортинська В. В., Мельникович О. М. Маркетингові дослідження : підручник. 2-ге вид., допов. Київ : КНТЕУ, 2015. 435 с.
7. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : підручник. Херсон : Олді-плюс, 2015. 326 с.
8. Соціально-етичний маркетинг : монографія / за ред. А. А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2013. 327 с.

До розділу 3 «Економіка туризму»

1. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 487 с.
2. Городня Т. А., Щербак А. Ф. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посіб. Київ : Кондор, 2018. 435 с.
3. Економіка підприємства : навч. посіб. / за заг. ред. Трегубова О. С. Вінниця : ТВОРИ, 2019. 228 с.
4. Колпаченко Н. М., Сайчук Ю. А., Аветісян В. К., Бантковський В. А., Маніло В. Л. Економіка підприємства : навч. посіб. Харків : Діса плюс, 2019. 277 с.
5. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 544 с.
6. Рогач С. М. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Компринт, 2018. 391 с.
7. Юрченко Н. Б. Економіка підприємства : навч. посіб. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. 375 с.
8. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид. переробл. і допов. Київ : Ліра-К, 2019. 595 с.
9. NoReCa : навч. посіб. : у 3 т. – Т. 3. Кейтеринг / [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2017. 448 с.
10. NoReCa : навч. посіб.: у 3 т. Т.1. Готелі / [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2016. 348 с.

11. HoReCa : навч. посіб.: у 3 т. Т.2. Ресторани [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2016. 348 с.
12. Tribe J. The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. 5th ed. Routledge, Taylor & Francis Group, 2016. 460 p.
13. Vanhove N. The Economics of Tourism Destinations: Theory and Practice. 3rd ed. Routledge, Taylor & Francis Group, 2018. 364 p.

До розділу 4 «Організація туризму»

1. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Дата оновлення: 04.11.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/324/95-вр>.
2. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 184 с.
3. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 178 с.
4. Мальська М. П., Бордун О. Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 248 с.
5. Михайліченко Г. І. Організація туристичних подорожей: електронний підручник. Київ: ЦІТ КНТЕУ, 2016. 343 с.
6. Михайліченко Г. І. Туропереїтинг: підручник. Київ: КНТЕУ, 2018. 303 с.
7. Туристські дестинації (теорія управління, бренд) : монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко, Г. І. Михайліченко, Н. І. Ведмідь [та ін.]; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2013. 347 с.

До розділу 5 «Економіка підприємства»

1. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : Центр навчальної літератури, 2018. 487 с.
2. Економіка підприємства : навч. посіб. / за заг. ред. Трегубова О. С. Вінниця : ТВОРИ, 2019. 228 с.
3. Іванілов О. С. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 728 с.
4. Колпаченко Н. М., Сайчук Ю. А., Аветісян В. К., Бантковський В. А., Маніло В. Л. Економіка підприємства : навч. посіб. Харків : Діса плюс, 2019. 277 с.
5. Петренко М. І., Драбовський А. Г., Петренко В. М. Економіка підприємства. Т. II : навч. посіб. Вінниця : Меркьюрі-Поділля, 2018. 404 с.
6. Петренко М. І., Драбовський А. Г., Петренко В. М. Економіка підприємства. Т. I : навч. посіб. Вінниця : Меркьюрі-Поділля, 2018. 432 с.
7. Рогач С. М. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Компринт,

2018. 391 с.

8. Юрченко Н. Б. Економіка підприємства : навч. посіб. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. 375 с.

9. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. 2-ге вид. переробл. і допов. Київ : Ліра-К, 2019. 595 с.

КРИТЕРІЇ

оцінювання знань на вступному фаховому випробуванні для здобуття освітнього ступеня магістра

1. Загальні положення:

Мета фахового випробування – оцінити відповідність знань, умінь та навичок вступників згідно з вимогами програми вступного фахового випробування.

2. Структура екзаменаційного білета:

Екзаменаційний білет з фахового випробування складається з 50-ти закритих тестових завдань.

3. Критерії оцінювання:

- Рівень знань оцінюється за 200-бальною шкалою.
- Серед відповідей на тестове завдання вступнику слід обрати одну правильну.
- Правильна відповідь на тестове завдання оцінюється у 4 бали, а неправильна – у 0 балів.
- Особи, які отримали менше 100 балів до наступних випробувань не допускаються та участі у конкурсі не беруть.