

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИЙМАЛЬНА КОМІСІЯ**



ПРОГРАМА

**фахового іспиту замість ЄФВВ для вступу на навчання
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі НРК6 та НРК7**

галузь знань	Ж «Транспорт та послуги»
спеціальність	ЖЗ «Туризм та рекреація»
факультет	Технологій та бізнесу
освітня програма	«Міжнародний туристичний бізнес»

Київ 2025

ВСТУП

Спеціальними умовами учасників конкурсному відборі на навчання для здобуття ступеня магістра в 2025 році на основі НРК6 та НРК7 для пільгових категорій вступників передбачено можливість конкурсного відбору на навчання за результатами фахового іспиту замість ЄФВВ.

Фаховий іспит проводиться з метою оцінювання рівня підготовки вступників, ступеня володіння професійними знаннями для подальшого опанування освітнього ступеня магістра зі спеціальності ІЗ «Туризм та рекреація» освітньо-професійної програми «Міжнародний туристичний бізнес».

Програму фахового іспиту для здобуття освітнього ступеня магістра розроблено відповідно до стандарту вищої освіти ДТЕУ за галуззю знань «Транспорт та послуги» спеціальності «Туризм та рекреація» освітньо-професійної програми «Міжнародний туристичний бізнес».

Метою програми є забезпечення вступників інформацією щодо структури та змісту фахового іспиту.

Фаховий іспит складається з тестової перевірки знань, що формують загальні та спеціальні компетентності, визначені в освітньо-професійній програмі «Міжнародний туристичний бізнес» спеціальності ІЗ «Туризм та рекреація».

Програма фахового іспиту містить такі розділи:

1. Організація туризму.
2. Туристично-рекреаційне країнознавство.
3. Менеджмент.
4. Маркетинг.
5. Підприємництво.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ІСПИТУ

Розділ 1. 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.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та

- екскурсійної діяльності : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 178 с.
2. Михайліченко Г. І. Організація туристичних подорожей : електронний підручник. Київ: ЦІТ КНТЕУ, 2015. 392 с.
 3. Михайліченко Г. І. Туроперейтинг : підручник. Київ : КНТЕУ, 2018. 304 с.
 4. Тягунова Н. М., Спориш О. А., Іржавська Л. В. Основи організації туристичного бізнесу : кредитно-модульний курс. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 130 с.
 5. Федорченко В. К., Мініч І. М. Організація туризму в Україні: регіональні аспекти : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2021. 338 с.

Розділ 2. ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО

Географія рекреаційних видів туризму. Географічна характеристика: купально-пляжного туризму, лікувально-оздоровчого туризму, розважального туризму, круїзного туризму. Типологія курортів.

Географія активних видів туризму. Географічна характеристика гірськолижного туризму, дайв-туризму, гольф-туризму, екстремального та пригодницького туризму.

Географія культурно–пізнавального (екскурсійного) та подієвого туризму.

Географія ділового туризму. Видова структура ділового туризму. Класичні ділові поїздки та МІСЕ-поїздки. Географічна характеристика конгресно-виставкового туризму.

Географія релігійного туризму та паломництва. Паломництво та релігійний туризм культурно-пізнавального характеру. Географія центрів та регіонів паломництва та релігійного туризму у християнстві, ісламі, буддизмі, іудаїзмі, індуїзмі.

Географія міського, сільського та екологічного туризму. Географічна характеристика міського туризму. Туристичний потенціал міст. Малі та великі міста – туристичні центри. Туризм у мегаполісах та його географічна оцінка в умовах глобалізації.

Туристичне регіонознавство. Районування як основний метод країнознавчого дослідження в туризмі. Принципи та критерії районування в туризмі. Поняття регіону. Регіоналізація. Підходи до визначення регіонів, їх різномасштабність. Межі регіону. Супермакрорегіон, макрорегіон, субрегіон, мезорегіон, мікрорегіон. Історико-географічні регіони.

Сучасні підходи до регіонального поділу світу. Особливості туристичного районування світу згідно з ЮНВТО (залежно від обсягів турпоїздок, обсягів валютних находжень, темпів зростання чисельності відвідувачів). Типологія країн світу залежно від геополітичного положення (географічного, демографічного, економічного, політичного, історичного), наявності природно-рекреаційних ресурсів, стану туристичної інфраструктури. Типологія країн за економіко–географічними передумовами сталого розвитку туризму.

Характеристика туристичних регіонів світу. Європейський

туристичний макрорегіон. Близькосхідний туристичний макрорегіон. Південно-Азійський та Азійсько-Тихоокеанський туристичні макрорегіони. Африканський туристичний макрорегіон. Американський туристичний макрорегіон. Структура та загальна характеристика регіонів, туристичне районування та зонування території країн, провідні туристичні країни регіону, їх туристичні центри, розвинені види туризму.

Теоретико-методичні засади краєзнавства. Підходи до визначення краєзнавства. Функції та ступені краєзнавства. Напрямки краєзнавчих досліджень та види краєзнавства. Географічне, історичне та соціальне краєзнавство. Об'єкт історико-краєзнавчих досліджень. Основні напрями досліджень в історичному краєзнавстві. Археологічне, етнографічне, природниче, соціально-економічне, літературне, мистецьке краєзнавство.

Зміст і завдання туристичного краєзнавства. Об'єкти та предмети туристично-краєзнавчих досліджень. Завдання туристичного краєзнавства на сучасному етапі розвитку. Місце туристичного краєзнавства у системі національного краєзнавства.

Туристично-краєзнавчий потенціал туристичних районів України. Географічне положення району, його головні характеристики та особливості, ретроспектива географічного положення. Топоніміка району. Різновиди топонімів. Природні зони та геологічна історія району. Особливості клімату і рельєфу. Природні туристично-рекреаційні ресурси району. Водні ресурси, кліматичні курортні зони та курорти. Рівень забезпеченості туристично-рекреаційними ресурсами району. Основні природні атракції, ресурсно-рекреаційні домінанти району.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Доценко А. І. Туристичне країнознавство : навч. посіб. Київ : Університет «Україна», 2022. 148 с.
2. Мальська М. П., Паньків Н. М. Туристично-ресурсний потенціал території : підручник. Київ : Каравела, 2024. 534 с.
3. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Занько Ю.С ., Ганич Н. М. Країнознавство: теорія та практика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 528 с.
4. Семенов В. Фю Туристичне країнознавство : навч. посіб. Київ : Гельветика, 2020. 392 с.
5. Стафійчук В. І., Малиновська О. Ю. Туристичне країнознавство : навч. посіб. Київ : Гельветика, 2020. 808 с.

Розділ 3. МЕНЕДЖМЕНТ

Понятійно-категоріальний апарат менеджменту. Сутність та зміст управління та менеджменту. Еволюція менеджменту. Класичні теорії менеджменту. Наукові підходи до менеджменту. Японська, американська і європейська моделі менеджменту. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті. Сучасні концепції менеджменту. Функціональні сфери менеджменту. Галузеві особливості менеджменту. Менеджер як професійний керівник. Рівні менеджменту.

Поняття та характеристики організації. Організація як об'єкт менеджменту, поняття керуючої та керованої систем. Внутрішнє середовище та зовнішнє середовище організації. Фактори прямої та непрямої дії. Методи діагностики впливу факторів та організацію. Модель організації як відкритої системи. Концепції життєвого циклу організації.

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

Планування як функція менеджменту, види, елементи Система планів за Р. Акоффом. Планування як процес, етапи планування. Методи планування. Процес та методи стратегічного планування. Управління реалізацією плану.

Цілі менеджменту. Вимоги до цілей. Класифікація цілей. Процес встановлення цілей. Методи цілеутворення.

Функція організації. Складові організаційної діяльності. Форми організування. Поділ праці. Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи процесу делегування, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні).

Проектування роботи на підприємстві. Характеристики змісту та параметрів роботи. Моделі проектування роботи.

Організаційна структура підприємства, рівні складності. Види департаментизації. Проектування організаційних структур (організаційного проектування, організаційного дизайну). Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична, мережева. Спеціалізація. Зв'язки на підприємстві. Департаментизація та її види. Масштаб керованості. Управлінські повноваження і відповідальність. Централізація та децентралізація. Диференціація та інтеграція підрозділів.

Функція координації.

Функція мотивації. Змістовні та процесуальні теорії мотивації. Взаємозв'язок потреб, мотивів, стимулів, цілей і заохочень, винагороди, цінностей. Стимулювання праці. Мотивування: цілі, принципи, види, форми. Регулювання як функція менеджменту.

Функція контролю. Контролювання та його місце в системі менеджменту: принципи, цілі, види, умови, етапи (процес).

Інформація: види, вимоги та роль в менеджменті. Комунікації в менеджменті: види, засоби. Комунікаційний процес та комунікаційні перешкоди. Керівництво (адміністрування) як об'єднувальна функція менеджменту.

Поняття управлінського рішення: види, характеристика, чинники впливу. Моделі та методи прийняття управлінського рішення (обґрунтування та реалізація).

Методи менеджменту. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту.

Правові аспекти менеджменту. Малий бізнес. Форми інтеграції підприємств. Стратегічні альянси. Корпоративні структури. Підприємницькі мережі. Франчайзинг. Контрактне управління. Операційні ланцюги.

Роль та значення управління персоналом (HR-менеджмент). Основні елементи (підсистеми) системи HR-менеджменту та їх функції. Специфіка та проблеми управління персоналом. Кадрова служба підприємства.

Організаційна поведінка та фактори, що її визначають. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Теорії лідерства. Стилi керівництва. Сутність лідерства в колективі. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика. Організаційна культура та корпоративна культура в менеджменті. Сутність та зміст самоменеджменту. Управління робочим часом.

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

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування : Наказ від 11.02.2022 № 157. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/uploads/public/661/693/770/661693770615c869697739.pdf> (дата звернення: 15.03.2025).
2. Дудар Т. Г., Волошин Р. В., Дудар В. Т. Менеджмент : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2024. 336 с.
3. Менеджмент : підручник / М. М. Шкільняк, О. Ф. Овсянюк-Бердадіна, Ж. Л. Крисько, І. О. Демків. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 258 с.
4. Основи менеджменту : підручник / С. І. Бай та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Харків : Фоліо, 2013. 1406 с.
5. Robbins S. P., Coulter M., Randel A., Stube A., DeCenzo D. A. Management. 15th edition. Pearson, 2022. 656 p.

Розділ 4. МАРКЕТИНГ

Система поглядів на сутність маркетингу, сутнісні ознаки та характеристики маркетингу. Зміст функцій та принципів маркетингу.

Понятійний апарат маркетингу: потреба, цінність, запити, бажання, попит, товари, продукція та послуги, вартість, задоволення (функціональне і психологічне), ринок (поняття та класифікація).

Сутність управлінських концепцій маркетингу: виробничої, товарної, збутової, маркетингової, соціально-етичного маркетингу. Становлення та розвиток сучасної концепції маркетингу. Інтегрований маркетинг, маркетинг взаємовідносин, внутрішній маркетинг, сталий маркетинг. Концепція холістичного маркетингу. Цифровий маркетинг.

Основні елементи та комплекс маркетингу. Поняття «маркетингова суміш» (marketing-mix).

Види маркетингу щодо стану попиту на ринку: підтримуючий, конверсійний, синхромаркетинг, стимулюючий, ремаркетинг, протидіючий, демаркетинг.

Поняття та структура маркетингового середовища. Маркетингове середовище підприємства сфери туризму. Вплив основних чинників зовнішнього маркетингового середовища на реалізацію маркетингових завдань підприємств. Чинники зовнішнього мікросередовища підприємств сфери туризму.

Фактори внутрішнього середовища підприємств сфери туризму (власники, менеджери, персонал, структурні підрозділи, стейкхолдери дестинації).

Об'єкти та умови сегментації ринку. Етапи сегментації. Поняття цільового сегменту та критерії вибору цільових сегментів. Ринкова ніша. Сутність концентрованого та диференційованого маркетингу.

Маркетингова сутність понять «споживач», «споживач послуг». Потреби споживачів послуг туристичного бізнесу.

Сутність споживчої поведінки. Поведінка на різних стадіях купівлі та споживання: стадія прийняття рішення, купівлі, відвідання дестинації, посткупівельна поведінка туристів і гостей. Поведінка як об'єкт управління. Модель купівельної поведінки: спонукальні чинники маркетингу та інші подразники; «чорна скринька» свідомості покупця. Тенденції споживчої поведінки в туризмі.

Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності суб'єктів туристичної діяльності. Джерела та потоки маркетингової інформації в туризмі. Принципи формування та використання інформації в системі маркетингу підприємства.

Цілі та види маркетингових досліджень в туризмі. Технологія та етапи проведення маркетингових досліджень на туристичних підприємствах. Принципи та форми організації маркетингових досліджень.

Кількісні та якісні методи збору первинної інформації в туристичній індустрії. Види та характеристика методів опитування.

Сутність, цілі та завдання товарної політики туристичних підприємств, її основні елементи. Специфіка комплексного туристичного продукту.

Концепція життєвого циклу. Крива життєвого циклу та її модифікації. Характеристика стадій життєвого циклу. Управління життєвим циклом туристичного продукту. Принцип формування продуктового портфелю туристичного підприємства.

Сутність, цілі та завдання цінової політики туристичного підприємства. Процес та етапи ціноутворення в туризмі.

Завдання ціноутворення: максимізація поточного прибутку, завоювання лідерства за показниками частки ринку, завоювання лідерства за показниками якості товару. Чинники ціноутворення: мета продавця, собівартість, ціни конкурентів, еластичність попиту (еластичний та нееластичний попит).

Сутність, цілі та завдання політики розподілу у системі маркетингу туристичного бізнесу. Класифікація маркетингу за рівнем каналу розподілу: прямий, непрямий. Визначення каналів розподілу. Функції каналів розподілу. Рівні каналів розподілу: нульовий, однорівневий, дворівневий, трирівневий канали. Показники каналів розподілу: довжина, ширина. Визначення стратегії

розподілу: інтенсивний маркетинг, вибіркове проникнення, широке проникнення, пасивний маркетинг.

Сутність, цілі та завдання комунікаційної політики туристичного підприємства. Маркетингова сутність терміну «комунікація». Комплекс маркетингових комунікацій: поняття та структура (реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання продажу, особисті продажі).

Персональний продаж в комплексі маркетингових комунікацій суб'єкта туристичного бізнесу. Технологія персонального продажу у сфері гостинності.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування : Наказ від 11.02.2022 № 157. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/uploads/public/661/693/770/661693770615c869697739.pdf> (дата звернення: 15.03.2025).
2. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
3. Маркетинг у туризмі: навч. посіб. / Ю.Б. Забалдіна, Н.О. Роскладка, В.В. Білик, Т.П. Дупляк. Київ : КНТЕУ, 2020. 632 с.
4. Череп О. Г. Маркетинг : навч. посіб. Київ : Кондор, 2021. 728 с.
5. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 6.0: The Future Is Immersive. 1st edition. Wiley, 2023. 256 p.

Розділ 5. ПІДПРИЄМНИЦТВО

Сутність підприємництва. Визначення підприємництва в Господарському Кодексі України. Цілі підприємництва. Класифікація цілей підприємництва. Суб'єкти підприємницької діяльності. Об'єкти підприємницької діяльності. Ознаки підприємництва. Базові принципи підприємницької діяльності. Функції підприємницької діяльності.

Виробниче підприємництво. Види виробничого підприємництва за спрямуванням. Види виробничого підприємництва за характером.

Торговельне (комерційне) підприємництво. Види торговельного (комерційного) підприємництва залежно від ринку, в межах якого здійснюється товарний обіг. Види торговельного (комерційного) підприємництва залежно від ланок проходження товару.

Біржове підприємництво. Види бірж за профілем діяльності, їх характерні ознаки. Визначення товарної біржі як особливого суб'єкта господарювання. Основні функції товарних бірж.

Підприємництво у сфері послуг. Послуга як діяльність з надання матеріальною чи нематеріального блага іншій особі, що здійснюється для задоволення її особистих потреб. Основні види послуг за призначенням.

Види підприємств за метою й характером діяльності: комерційні та некомерційні.

Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу. Унітарні підприємства. Корпоративні підприємства. Базові ознаки: кількість засновників, власник майна, розподіл доходів.

Види підприємств за формами власності майна. Приватні підприємства. Колективні підприємства. Комунальні підприємства. Державні підприємства. Підприємства, засновані на змішаній формі власності.

Види підприємств за національною належністю капіталу. Національні підприємства. Закордонні підприємства. Змішані підприємства, у т.ч спільні підприємства.

Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування. Головні (материнські) підприємства. Дочірні підприємства. Асоційовані підприємства. Філії підприємства.

Види підприємств за розмірами. Великі підприємства. Середні підприємства. Малі підприємства. Мікропідприємства. Базові ознаки: чисельність персоналу та розмір річного доходу.

Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Підприємницька ідея. Вибір сфери діяльності: виробництво, торгівля, послуги. Вибір форми організації підприємництва: одноосібне володіння, партнерство (товариство).

Способи створення бізнесу. Створення нового підприємства. Придбання функціонуючого бізнесу. Заснування на основі франчайзингу. Переваги та недоліки.

Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності. Основні етапи реєстрації юридичних осіб. Рішення про створення підприємства та планування його діяльності. Збори засновників. Вибір організаційно-правової форми господарювання. Розробка та нотаріальне засвідчення установчих документів (засновницького договору, статуту). Державна реєстрація підприємства. Статутний капітал: поняття та складові. Основні етапи реєстрації фізичних осіб-підприємців (ФОП).

Бізнес-планування. Функції та принципи бізнес-планування.

Розроблення бізнес-плану. Джерела інформації для розробки бізнес-плану. Призначення бізнес-плану. Етапи розроблення бізнес-плану.

Склад основних розділів бізнес-плану. Резюме. Аналіз галузі та підприємства. Характеристика продукції (послуг). Аналіз ринку. План маркетингу. План виробництва. Організаційний план. Фінансовий план. Аналіз ризиків.

Основні показники ефективності проєкту. Чиста приведена вартість (NPV). Індекс прибутковості (PI). Період окупності (PBP). Точка беззбитковості (BEP).

Матеріальні ресурси. Види матеріальних ресурсів (основні засоби, матеріально-сировинні ресурси). Основні засоби, їх види за функціональним призначенням. Матеріально-сировинні ресурси та їх склад.

Нематеріальні ресурси. Основні види нематеріальних ресурсів (об'єкти промислової власності, об'єкти авторського та суміжних прав, нетрадиційні об'єкти нематеріальних ресурсів).

Трудові ресурси. Категорії персоналу (керівники, фахівці, службовці, робітники). Форми оплати праці у підприємстві (погодинна і відрядна) та їх системи. Основні системи погодинної форми оплати праці: пряма-погодинна, погодинно-преміальна. Основні системи відрядної форми оплати праці: пряма

відрядна, відрядно-преміальна, відрядно-прогресивна.

Фінансові ресурси. Види фінансових ресурсів. Власні фінансові ресурси та їх джерела (статутний капітал, прибуток, амортизаційний фонд). Залучені фінансові ресурси та їх джерела (авансовані замовником кошти, борги по оплаті праці, борги до бюджетів різних рівнів, резервні кошти). Позикові ресурси та їх джерела (банківські кредити, товарні (комерційні) кредити).

Інвестиції в підприємницькій діяльності. Види інвестицій за об'єктом. Реальні інвестиції та їх види. Фінансові інвестиції та їх види. Основні види інвестицій за формою власності капіталу. Державні інвестиції. Приватні інвестиції.

Результати підприємницької діяльності. Економічна сутність і розрахунок показників: доходу від реалізації продукції (товарів, послуг), витрат, прибутку, собівартості продукції (послуг).

Показники ефективності використання матеріальних ресурсів. Економічна сутність і розрахунок показників: віддача основних засобів, ємність основних засобів.

Показники ефективності використання трудових ресурсів. Економічна сутність і розрахунок показників продуктивності праці (виробіток, працевітність).

Рентабельність. Економічна сутність і розрахунок показників рентабельності: капіталу, виробництва, продукції, продажів.

Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності. Зниження витрат, оптимізація процесів, підвищення рівня організації та управління виробництвом, підвищення техніко-технологічного рівня, впровадження інноваційних технологій.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування : Наказ від 11.02.2022 № 157. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/uploads/public/661/693/770/661693770615c869697739.pdf> (дата звернення: 15.03.2025).
2. Економіка підприємства : підручник: у 3 ч. Ч. 1 / А.А. Мазаракі, Г.В. Блакита, Г.В. Ситник та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. 432 с.
3. Економіка підприємства : підручник: у 3 ч. Ч. 2 / А.А. Мазаракі, Г.В. Блакита, Г.В. Ситник та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. 472 с.
4. Економіка підприємства : підручник: у 3 ч. Ч. 3 / А.А. Мазаракі, Г.В. Блакита, Г.В. Ситник та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. 356 с.
5. Kuratko D. F. Entrepreneurship: theory, process, practice. 11 edition. Paperback. Cengage, 2022. 512 p.

КРИТЕРІЇ
оцінювання фахового іспиту замість ЄФВВ
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі НРК6 та НРК7

1. Загальні положення

Мета фахового іспиту – оцінити відповідність знань, умінь та навичок згідно з вимогами програми фахового іспиту.

2. Структура екзаменаційного білета

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

3. Критерії оцінювання

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