

**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 бакалавра
на основі освітньо-кваліфікаційного рівня
молодшого спеціаліста, освітньо-професійного ступеня
фахового молодшого бакалавра, освітнього ступеня
молодшого бакалавра

галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
спеціальність	241 «Готельно-ресторанна справа»
освітня програма	«Готельно-ресторанна справа»

Київ 2021

ВСТУП

Програма фахового вступного випробування з дисциплін професійної підготовки для здобуття першого рівня вищої освіти «бакалавр» підготовлена відповідно до стандартів вищої освіти КНТЕУ та освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів галузі знань «Сфера обслуговування», спеціальності «Готельно-ресторанна справа».

Фахове вступне випробування проводиться у формі письмового випробування для виявлення рівня підготовки вступника, ступеня оволодіння теоретичними знаннями, які є основою формування фахових компетентностей.

Програма фахового вступного випробування складається з чотирьох розділів:

- Готельна справа.
- Ресторанна справа.
- Основи менеджменту.
- Основи маркетингу.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Розділ 1. ГОТЕЛЬНА СПРАВА

Готельна справа як вид підприємницької діяльності, складова сфери обслуговування та туризму. Передумови розвитку готельної справи.

Зміст базових понять готельної справи: «готельна послуга», «гостинність», «готельна індустрія», «завантаженість готелю». «середовище гостинності», «споживач готельних послуг», «сервіс», «сервісна система», «готель», «клієнтська база готелю», «високий сезон», «низький сезон», «travel індустрія», «обслуговування».

Напрями розвитку готельної справи. Значимість концепції гостинності в готельній справі. Види концепцій гостинності: комерційна, технологічна, функціональна, гуманітарна. Складові сфери гостинності, які впливають на формування концепції: підприємства готельного господарства, заклади ресторанного бізнесу, підприємства транспортного обслуговування, заклади відпочинку та дозвілля, торговельні підприємства, рекреаційні заклади (SPA та Wellness центри), спортивні комплекси (тренажерні зали, зали для спортивних ігор і змагань, басейни).

Історія розвитку готельної справи за історичними періодами: стародавній період (IV тис. до н.е. - середина V ст. н.е); створення прототипів підприємств готельного господарства: ямб, таверн, постоялих (заїжджих) дворів, караван-сараїв, пандокей; період середньовіччя (V-XV ст. н.е.); організація гостинних дворів, кімнати для ночівлі при монастирях та церквах; XVI ст. – початок XX ст.: організація кімнат для постояльців при трактирах, поштових та каретних дворів, прибуткових будинків, створення розкішних готелів та формування концепції гостинності, підвищення готельних послуг; XX–XXI ст. – формування та розвиток сервісної системи готелів, розвиток креативних готелів.

Взаємозв'язок розвитку туризму з розвитком готельної справи. Місця для розміщення подорожніх у Стародавньому Єгипті. Засоби розміщення в Стародавній Греції, Римі, Сумерії, Ірані.

Історія розвитку світової готельної справи періоду християнської ери. Значення релігії різних народів на розвиток готелів. Роль монастирів у розвитку готельної справи.

Стародавні типи готелів, особливості організації обслуговування подорожуючих. Характеристика заїжджих дворів, постійних дворів у середньовічних європейських країнах.

Історія розвитку готельної справи в Київській Русі. Період татаро-монгольського іга та визвольних війн Київської Русі. Початок розвитку засобів розміщення - "ямб", "ямів".

Розвиток готельної справи України. Історія розвитку готельної справи у м. Києві у стародавні часи, середньовіччя, Новий час.

Організація розкішних готелів у м. Києві, представників майбутніх національних та світових готельних мереж (Прем'єр Палас, «Гранд-отель», «Континенталь», «Савой»).

Особливості розвитку готельної справи в Україні у ХХ ст.: післяреволюційний період, після II Світової війни, період радянського розквіту, після отримання Україною статусу незалежності. Стан готельного бізнесу у кінці ХХ ст.

Тенденції розвитку готельної справи в Україні у ХХІ ст. Розбудова готельного бізнесу, поява концептуальних засобів розміщення. Визначення тенденцій у розширенні асортименту готельних послуг, підвищенні якості готельного обслуговування.

Характеристика факторів, що впливатимуть на розвиток світової готельної справи. Глобальні тренди готельної справи: діджиталізація функціональних процесів; автентичність; еkleктика; и; поєднання внутрішнього простору із зовнішнім середовищем; екологічність; лобі-коворкінги; Instagrammable простору.

Тип, як одиниця класифікації готелів за функціональним призначенням. Зміст поняття «типізація готелів». Сутність базового типу систематизації засобів розміщення – «готель». Історичний аспект типізації готелів.

Вплив ключових факторів на типізацію готелів: місцезнаходження (у великих містах, промислових центрах, у сільській місцевості, рекреаційних зонах), термін перебування гостей (1-3 доби, 3-7 діб, 7-14 діб, 21 доба і більше), режим експлуатації (цілорічного функціонування, сезонні, змішаної тривалості функціонування на календарний рік), контингент (за соціальними прошарками, вік, стать, хобі тощо), мета подорожі (ділова поїздка, лікування та оздоровлення, екскурсії).

Світовий досвід формування та реалізації різних концепцій готелю (дизайн-готель, еко-готель, бутик-готель, під водою, на дереві, у печері, у вагонах метро, на скелях, на плавзасобах тощо).

Розділ 2. РЕСТОРАННА СПРАВА

Ресторанне господарство, його сутність, особливості та перспективи розвитку, закордонний досвід розвитку ресторанного бізнесу.

Концепції закладів ресторанного господарства. Формати та концепції закладів ресторанного бізнесу. Характеристика і класифікація закладів ресторанного господарства за видами економічної діяльності. Характеристика закладів ресторанного господарства формату: Fast Casual, Quick Service Restaurant, Casual Dining, Fine Dining, Fast food, Street food, Haute Cuisine.

Загальні вимоги до послуг та обслуговування. Міжнародні стандарти обслуговування у ресторанній справі. Особливості організації роздавальних ліній у закладах ресторанного господарства сучасного формату по типу «free flow system».

Види меню, їх характеристика та класифікація згідно з різними ознаками. Особливості складання меню у закладах ресторанного господарства при підприємствах готельного господарства.

Інжиніринг та реінжиніринг меню. Меню як частина інтер'єру. Вимоги щодо дизайну меню.

Склад матеріально-технічної бази для організації процесу обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства різних типів і класів.

Класифікація та характеристика столового посуду і наборів відповідно до функціонального призначення.

Види сервірування та їх характеристика. Попереднє сервірування столів, альтернативні рішення. Техніка обслуговування споживачів.

Правила подавання та дегустації основних алкогольних напоїв. Правила підбору алкогольних напоїв згідно з принципами еногастрономії.

Класифікація бенкетів і прийомів. Підготовча робота з організації обслуговування бенкетів.

Правила подавання аперитиву (асортимент напоїв, відповідний посуд та скло). Бенкет за столом із повним обслуговуванням офіціантами.

Характеристика меню сніданку, обіду, вечері. Сервіровка бенкетного столу, розміщення столів і гостей за столом, правила розміщення почесних гостей.

Бенкет за столом з повним обслуговуванням офіціантами. Особливості освітлення приміщення, дизайнерських рішень інтер'єрів приміщень, вибору меблів, меню, карти напоїв, форм і методів обслуговування, етикету, етики та правил подавання страв і напоїв.

Бенкет за столом із частковим обслуговуванням офіціантами. Особливості меню, сервірування, подавання страв та напоїв, обслуговування учасників бенкету. Бенкет-чай, бенкет-кава.

Бенкет-фуршет. Особливості підготовчої роботи та обслуговування бенкету. Варіанти сервіровки столів склом. Страви й напої, які рекомендується подавати на даному бенкеті, правила їх подавання.

Бенкет-коктейль. Особливості підбору приміщення, приводу й часу організації, вибору страв і напоїв, підбору посуду та скла. Правила подавання страв.

Змішані бенкети. Особливості їх організації, підбору приміщення (приміщень), приводу й часу організації, вибору страв і напоїв, підбору посуду та

скла для подавання.

Коктейль-паті, бенкет-буфет в англійському стилі, бенкет за типом "шведський стіл". Характеристика меню, правил подавання страв та напоїв. Особливості вибору місця проведення заходів, особливості обслуговування гостей. Асортимент страв і напоїв.

Основні форми відносин за дипломатичним протоколом та їх характеристика. Класифікація дипломатичних прийомів і структура підготовчої роботи щодо їх влаштування.

Види основних дипломатичних прийомів: "Сніданок", "Діловий сніданок", "Бокал шампанського", "Бокал вина", "Бокал вина з сиром", "Чай", «Журфікс», "Коктейль", "Фуршет", "Обід", "Обід-буфет (шведський стіл)", "Вечеря".

Організація обслуговування гостей на бенкетах-прийомах. Професійно-кваліфікаційні та етичні вимоги щодо обслуговуючого персоналу. Розподіл обов'язків між учасниками обслуговування.

Сутність кейтерингового обслуговування. Класифікація кейтерингового обслуговування. Кейтерингові служби закладів ресторанного господарства та кейтерингові спеціалізовані компанії: функції, технологічні процеси здійснення кейтерингового обслуговування.

Характеристика груп споживачів кейтерингового обслуговування. Характеристика заходів і послуг, що надають кейтерингові служби та кейтерингові спеціалізовані компанії. Підготовча робота до надання послуг з кейтерингу.

Класифікація та характеристика сніданків у закладах готельного господарства. "Бранч" і особливості його організації. Особливості організації ланчів, бізнес-ланчів, експрес-обідів.

Організація роботи лоббі-бара, вимоги до меню. Особливості організації і обслуговуванні по типу "шведського стола" та "шведської лінії". Асортимент міні-бару і вимоги до його організації.

Організація «кава-брейк» у конференц-залах готельних підприємств. Особливості організації і обслуговування на лінії «салат-буфет». Сервірування столів-буфетів у готельних комплексах.

Сутність понять «спеціалізований ресторан», «заклад швидкого обслуговування». Основні послуги ресторану та закладів швидкого обслуговування, їх характеристика.

Організація послуг харчування на транспорті. Особливості організації харчування пасажирів повітряного транспорту, класифікація бортового харчування.

Розділ 3. ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ

Сутність та зміст управління та менеджменту. Зміст основних категорій і понять менеджменту. Суб'єкт та об'єкт менеджменту. Предмет і завдання менеджменту. Менеджер та підприємець: зміст понять, характерні риси.

Еволюція та розвиток концепцій і теорій менеджменту. Наукові підходи до менеджменту. Моделі менеджменту. Закони та закономірності менеджменту.

Принципи менеджменту. Рівні менеджменту. Управлінські відносини як предмет менеджменту.

Внутрішнє та зовнішнє середовище суб'єкта ресторанного бізнесу: структура та зміст елементів (факторів).

Правовий аспект менеджменту. Господарська організація як суб'єкт права. Характерні ознаки організації та підприємства як юридичної особи.

Класифікація підприємств залежно від виду та сфери діяльності; організаційно-правової форми; характеру відносин власності; належності капіталу і системи контролю; масштабів розповсюдження діяльності.

Поняття функцій менеджменту. Основні (загальні) та спеціальні функції менеджменту, їх взаємозв'язок. Сутність та зміст функції планування і прогнозування. Принципи планування. Рівні планування діяльності підприємств. Функція організації, її зміст та напрями реалізації. Координування, умови її виконання. Функція мотивації (стимулювання) її сутність і значення, порядок і напрями реалізації на підприємствах. Характеристика теорій мотивації. Функція контролю. Види контролю. Органи зовнішнього і внутрішнього контролю за діяльністю підприємств. Регулювання, як функція менеджменту, його види та методика проведення.

Принципи та завдання управління операціями в основних структурних підрозділах суб'єктів господарювання. Поняття «робота» та «функції». Реалізація спеціальних функцій менеджменту суб'єктів господарювання.

Поняття процесу управління та його зміст. Основні елементи процесу управління: ціль управління, визначення ситуації, визначення проблеми, управлінське рішення. Управлінські процедури і операції. Цілі управління. Вимоги до цілей. Класифікація цілей. Процес встановлення цілей в організації. Сутність та характеристика управлінських рішень. Моделі прийняття управлінського рішення. Технології та методи прийняття та реалізації управлінських рішень.

Методи менеджменту. Економічні методи менеджменту. Організаційно-розпорядчі (адміністративні) методи менеджменту. Сутність, цілі та задачі використання соціально-психологічних методів менеджменту. Поняття механізму управління. Види механізмів управління: економічний, організаційний, мотиваційний, правовий механізми управління.

Організаційна поведінка як об'єкт управління. Характеристика колективів і соціальних груп. Основні етапи процесу формування та розвитку колективу. Принципи і методи командного менеджменту. Складові елементи ефективного керівництва персоналом. Система управління персоналом, її функції та структурні елементи. Вимоги до персоналу готелів і ресторанів. Моделі керівництва. Влада та особистий вплив менеджера на підлеглих. Форми і види влади. Стиль керівництва. Сутність лідерства. Теорії лідерства.

Організаційна структура підприємства. Основні принципи і методи проектування та перепроектування організаційних структур. Фактори впливу на вибір типу організаційної структури суб'єктів господарювання. Класифікація, види та характеристика департаментів, служб, підрозділів та посад ресторанів та готелів. Типи організаційних- структур управління готелями та ресторанами.

Поняття ефективності управління організацією. Економічна, організаційна та соціальна ефективність менеджменту.

Розділ 4. ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

Визначення, суть та етапи становлення маркетингу. Визначення маркетингу. Наукові підходи до розуміння основних принципів маркетингу. Визначення функцій маркетингу.

Етапи розвитку маркетингу. Сутність управлінських концепцій маркетингу: виробничої, товарної, збутової, маркетингової, соціально-етичного маркетингу. Становлення та розвиток сучасної концепції маркетингу.

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

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

Основні елементи та комплекс маркетингу. Поняття «маркетингова суміш» (marketing-mix). Концепції «4P», «5P», «7P», «8P», «4E», «4A».

Сутність, цілі та завдання маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень. Принципи та форми організації маркетингових досліджень. Типова структура звіту за результатами маркетингових досліджень. Проблеми організації та проведення маркетингових досліджень.

Маркетингова інформація, її важливість і різновиди. Переваги й недоліки вторинної та вторинної інформації. Кількісні та якісні методи збору первинної інформації. Види та характеристика методів опитування. Анкета як метод опитування, структура та правила складання. Характеристика видів відкритих та закритих питань, що використовуються при складанні анкети. Переваги й недоліки: способів опитування, спостереження, експерименту, імітації.

Поняття маркетингового середовища підприємства. Фактори та показники мікросередовища. Фактори й показники макросередовища. Основні елементи внутрішнього маркетингового середовища підприємства: кадровий, організаційно-управлінський, виробничий, збутовий, матеріальний, фінансовий, інноваційний потенціал.

Сутність, цілі та завдання маркетингової продуктової політики та її основні елементи. Продукт як інструмент комплексу маркетингу. Структура рівнів продукту: сутність основного; значення супутнього; характеристика додаткового; складові елементи в широкому значенні (доступність, фізичне середовище, взаємодія споживачів із системою надання послуг, взаємодія споживачів між собою, участь споживачів у системі обслуговування). Концепція життєвого циклу продукту та характеристика стадій його життєвого циклу.

Сутність, цілі та завдання цінової політики підприємства, її основні елементи. Ціноутворення як фактор впливу на поведінку конкурентів. Стратегії ціноутворення у системі маркетингу підприємства.

Сутність, цілі та завдання збутової політики у системі маркетингу підприємства. Фактори, які впливають на формування прямих, опосередкованих та комбінованих каналів розповсюдження.

Сутність, цілі та завдання к комунікаційної політики підприємства. Види маркетингових комунікацій: реклама; громадські зв'язки; стимулювання продажу; прямий маркетинг, в тому числі персональний продаж.

Мета й завдання реклами, її види, різновиди, рівні, форми. Характеристика основних засобів і носіїв реклами. Рекламне звернення, його зміст, форма та структура. Планування рекламної кампанії. Мета й завдання громадських зв'язків, історія їх виникнення та формування у форматі рекламної політики.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

До розділу 1. ГОТЕЛЬНА СПРАВА

1. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Електронний підручник –К.: Київ. нац. торг. – екон. ун – т, 2015. – 494 с.
2. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві [Текст] : підруч. / О. Ю. Давидова ; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. - 487 с.
3. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Вид. 3-ге, перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 472 с.
4. Розметова О.Г. Організація готельного господарства: Підручник /О.Г.Розметова, Т.Л.Мостенська, Т.В.Влодарчик. – Кам'янець-Подільський: Абетка – ФОП Сисин О.В., 2014. - 432 с.
5. НоReCa : навч. посіб.: у 3 т. - Т.1. Готелі (2-вид.) / за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 426 с.

Інтернет-джерела

6. Всі готелі України. Готелі Києва. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.all-hotels.com.ua
7. Європейський Стандарт Послуг (EuSS) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eeigcertification.violettesun.su/euss/>.
8. Закон України “Про туризм” - № 324/95-ВР від 15.09.1995 (в редакції Закону на підставі № 2608-VI від 19.10.2010) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
9. Закон України «Про курорти» - № 2026 – III від 05.10.2000 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14>
10. Міжнародні готельні правила [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.rostourunion.ru/ZAKON/Megdunarodny/Megd%20hotel%20pravila.doc>
11. Innovation in hospitality and tourism. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.books.google.com.ua>
12. Stuff Magazine's "Hotel and restaurant business in Ukraine", available at: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.hotelbiz.com.ua

До розділу 2. РЕСТОРАННА СПРАВА

1. ДСТУ 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення. – К. : Держстандарт України, 2003.
2. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. – К. : Держстандарт України, 2004.
3. HoReCa. Том2 Ресторани: навчальний посібник / за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 312с.
4. Архіпов В.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані : навч. посіб. / В.В. Архіпов, Т.В. Іванникова, А.В. Архіпова. – К. : ІНКОС, Центр навч. л-ри, 2015. – 382 с.
5. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник для ВУЗів / за заг. ред. Н.О. П'ятницької. – К.: Виробництво, 2012. – 557 с.
6. Кадріна Айсфуліна, О.В. Назаров. Енциклопедія ресторатора.: [текст] / Д. Чайлд, – Олма Медіа Груп : 2016. – 297 с.
7. Роджерс Адам. У барний стійці: алкогольні напої як традиції та мистецтво. [Текст] / Роджерс Адам: пер. с англ. 2017. – 352 с.
8. Міжнародні стандарти якості та безпеки харчових продуктів Комісії ВОЗ «Кодекс Аліментаріус» (англ.) – Режим доступу : <http://www.codexalimentarius.net>

До розділу 3. ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ

1. Александров І.О. та ін. Менеджмент : навч. посіб. / кол. авт.: І.О. Александров, О.В. Половян, С.В. Філіпова та ін. за заг.ред. І.О. Александрова, К.І. Ткача. – Одеса : Астропринт, 2015. – 388 с.
2. Джулі Чжо Становлення менеджера. Що робити, коли всі чекають від вас вказівок. Видавництво Book Chef. 2020. – 367 с.
3. Ден Кеннеди Безжальний менеджмент та ефективність людських ресурсів. Видавництво: Фабула. 2019. 456 с.
4. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / кол. авторів; за ред. А.А. Мазаракі; Харків: Фоліо, 2014. – 846 с.
5. Основи менеджменту : підручник / С.І. Бай, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Харків : Фоліо. 2013. – 1406 с.
6. Кудла Н.Є. Менеджмент підприємства готельно-ресторанного бізнесу. – К.: Знання, 2012. – 343 с.
7. Кузьмін О.Є. Менеджмент: навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г. Мельник, О.Р. Саніна. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 240 с.
8. Назарчук Т.В. Менеджмент організацій: навч. посіб. / Т.В. Назарчук, О.М. Косіюк – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 560 с.
9. Осовська Г.В. Менеджмент: підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський – вид. 4-е, перероблене і доповнене. - К.: Кондор-Видавництво, 2015. - 563 с.
10. Юрген Аппело Менеджмент 3.0. Видавництво: Фабула, 2019. 653с.

Інтернет-джерела

11. Международная академия бизнеса. – Режим доступу : <http://www.iba.ua/>.

12. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>.
13. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Режим доступу: <http://me.kmu.gov.ua/>
14. Центр дистанційного образования. – Режим доступу : [http://www.elitarium. ua /marketing/strategicheskijj](http://www.elitarium.ua/marketing/strategicheskijj).

До розділу 4. ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: Навч. посібник Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник для студ. екон.спеціальностей вищих навч.закладів / С. С. Гаркавенко. — 7-ме вид. — К. : Лібра, 2010. — 717с.
3. Маркетингові комунікації : навч.посіб. для студентів / [П.В. Захарченко та ін.]. К. : КНУБА, 2016. – 151 с.
4. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Захарченко П.В. та ін. – К.: КНУБА, 2016. – 143 с.
5. Маркетингова товарна політика : підручник / Н.О. Криковцева, Л.Г. Саркісян, О.Ю. Біленький, Н.В. Кортельова ; за ред. Н.О. Криковцевої. – К. : Знання, 2012.
6. Майовець Є.Й. Маркетингові комунікації : навч.посіб. / Є.Й. Майовець, О.В. Кузик ; Львів. Нац. Ун-т ім. Івана Франка. – Л. : ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. – 191 с.
7. Ортинська В.В., Мельникович О.М. Маркетингові дослідження: Підручник для студентів вищих навч. закладів за спеціальністю "Маркетинг"/ В.В. Ортинська, О.М. Мельникович - К.:КНТЕУ, 2012.- 376с.*
8. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика : навч. Посіб. Для студ. Вищ.навч.закл. / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 238 с.
9. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / В.А. Полторак, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. – К.: Центр навчальної літератури. – 2013. – 417 с. (Гриф МОНУ).
10. Соціально-етичний маркетинг: монографія / А.А. Мазаракі, Є.В. Ромат, Г.В. Алданькова, ін. та ; за ред.. А.А. Мазаракі та Є.В. Ромата. – Київ : КНТЕУ, 2013. – 327 с.
11. Сухорська У.Р. Маркетингова політика розподілу : навч. Посіб. / Сухорська У.Р., Щербань В.М. – Л. : Вид –во Львів. Комерц. Акад., 2015. – 383 с.

Інтернет-джерела

12. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>
13. Американська асоціація маркетингу: [офіційний сайт]. – Режим доступу: <http://www.marketingpower.com>
14. Безкоштовні он-лайн курси з маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://prometheus.org.ua/>.
15. Українська Асоціація маркетингу [Офіційний сайт] – Режим доступу : <https://www/uam.in.ua>

КРИТЕРІЇ
оцінювання знань вступників на фаховому вступному випробуванні
для здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»

1. Загальні положення:

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

2. Структура екзаменаційного білета:

Екзаменаційний білет складається з 50-ти закритих тестових завдань.

3. Критерії оцінювання:

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