

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о ректора, проректор КНУТД

В.В. Каплун

«18» _____ 2018 р



ПРОГРАМА

ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

на здобуття освітнього ступеню магістр
зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітня програма «Підприємництво та сервісна діяльність»

РЕКОМЕНДОВАНО

вченою радою
факультету підприємництва та
права

від «18» січня 2018 р.

Протокол № 7

Декан факультету підприємництва
та права

 Л.М.Ганущак-Єфіменко

РОЗГЛЯНУТО ТА СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри
підприємництва та бізнесу

від «18» січня 2018 р.

Протокол № 1

Зав.кафедри підприємництва
та бізнесу

 В.Г.Щербак

ВСТУП

Метою фахового вступного випробування є встановлення рівня теоретичних знань, практичних умінь і навичок вступників, які вступають на основі ступеня / освітньо-кваліфікаційного ступеню бакалавр / спеціаліст, здобутого за однойменним напрямом підготовки, з метою формування рейтингового списку та конкурсного відбору для навчання за програмою підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного ступеню «магістр» спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.

Вимоги до здібностей і підготовленості вступників. Для успішного засвоєння дисциплін, передбачених навчальним планом для підготовки освітньо-кваліфікаційного ступеня «магістр», вступники повинні мати базову вищу освіту освітньо-кваліфікаційного ступеня «бакалавр / спеціаліст», здобутого за однойменним напрямом підготовки / спеціальністю, та здібності до оволодіння знаннями, уміннями і навичками в галузі економічних наук. Обов'язковою умовою також є вільне володіння державною мовою.

Характеристика змісту програми. Програма вступного іспиту інтегрує знання відповідно до таких модулів професійних знань:

1. Підприємництва та сервісна діяльність в сучасній системі господарювання: основні поняття.
2. Підприємства сфери обслуговування як об'єкт управління.
3. Процеси функціонування підприємств сфери послуг
4. Забезпечення менеджменту на підприємствах сфери послуг.

Екзаменаційні білети мають за змістом міжпредметний характер. Кожен білет включає тестові завдання та питання проблемного характеру.

Тестові завдання передбачають:

- розкриття способів, методів, форм реалізації діяльності підприємств сфери обслуговування у ринкових відносинах;
- конкретизацію основних понять, категорій і принципів теорії управління сервісної діяльності підприємств;
- характеристику процесів функціонування сервісних підприємств;
- обґрунтування управлінських рішень, інформаційного забезпечення, комунікаційних процесів, культури підприємств побутового обслуговування.

Проблемні питання передбачають:

- визначення планових показників діяльності підприємств сфери послуг;
- проектування продуктів та процесів на підприємствах побутового обслуговування; обґрунтування факторів вибору місця розташування такого підприємства;
- формування стратегії підприємств сфери послуг;
- обґрунтування моделей мотивації та способів стимулювання персоналу;
- прогнозування попиту на підприємницьку діяльність підприємств;
- формування цінової політики та методів просування товару на ринок.;
- розрахунок економічних показників діяльності підприємств сфери послуг.

На поставлені завдання екзаменаційного білету слід відповідати чітко, обов'язково представляти розрахунки, надавати обґрунтовані висновки за одержаними результатами.

Порядок проведення іспиту визначається положенням про приймальну комісію КНУТД.

МОДУЛЬ 1.

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА СЕРВІСНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ ГОСПОДАРЮВАННЯ: ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ

1.1. Економічна сутність та класифікація послуги як товару

Основні поняття та терміни пов'язані з діяльністю у сфері послуг. Особливості послуги як продукту чи товару. Еволюція наукових поглядів на природу послуги.

1.2. Загальна характеристика основних видів послуг. Особливості формування потреб у послугах

Класифікація основних видів послуг, їх систематизація залежно від сфери споживання. Особливості організації та технологія надання основних видів послуг, зокрема: соціально-культурних, житлово-комунальних, інформаційно-консультативних, торгівельно-посередницьких, фінансових, послуг зв'язку та пасажирського транспорту.

Визначення потреб та їх закономірності. Графік життєвого циклу послуги. Основні напрями формування потреб населення у послугах. Можливості споживання послуг. Математичний підхід до врівноваження потреб та можливостей споживання.

1.3. Ринок послуг України

Засади функціонування та особливості ринку послуг, його основні функції, характеристика інфраструктури ринку послуг та її класифікація. Сутність, форми і функції конкуренції на ринку послуг. Визначення факторів, що впливають на економіку підприємств побутового обслуговування. Оцінка стану та перспектив розвитку ринку послуг в Україні.

1.4. Економіко-правове регулювання діяльності у сфері послуг

Сутність організаційно-правового регулювання взаємодії суб'єктів господарювання на ринку послуг. Система державних заходів, спрямованих на упорядкування, розвиток та вдосконалення підприємницької діяльності, а також створення правових механізмів їх реалізації в реальній економічній ситуації. Основні законодавчі документи, що регулюють діяльність підприємств побутового обслуговування.

МОДУЛЬ 2.

ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

2.1 Менеджмент побутового обслуговування – сутність і основні категорії

Теоретичні засади управління, сутність і зміст поняття «менеджмент», його об'єкту і суб'єкту, основні принципи управлінської діяльності на підприємствах побутового обслуговування. Зміст основних функцій менеджменту та ієрархічних рівнів. Історія розвитку менеджменту як науки, зокрема досягненням різних шкіл управління. Класичні та сучасні підходи до процесу менеджменту.

2.2. Підприємства побутового обслуговування як система

Підприємства побутового обслуговування населення як система. Основні елементи сервісної діяльності. Фактори внутрішнього та зовнішнього середовища на підприємствах побутового обслуговування.

Розподіл праці і спеціалізація, департаментизації і кооперація, зв'язки і координація, масштаб управління мості і контролю, ієрархія, централізація і децентралізація, диференціація і інтеграція.

2.3 Планування послуг на підприємствах побутового обслуговування

Зміст функції планування. Засади прогнозування, цілевизначення, класифікація цілей підприємств, що працюють в сфері побутового обслуговування населення. Види, основні форми, принципи методи та безпосередньо процес планування у сфері послуг.

Процес моделювання за допомогою бізнес-планів. Особливості бізнес-планів на підприємствах побутового обслуговування.

2.4. Проектування продуктів і процесів сервісної діяльності на підприємствах побутового обслуговування

Розробка нової послуги. Прийоми які використовуються при визначенні необхідності розробки нової послуги. Фактори, що визначають потребу у новій послугі. Особливості розробки нових послуг на підприємствах побутового обслуговування.

Модель цінності послуг. Визначення поняття «цінність». Складові моделі цінностей послуг.

Основні фактори вибору місця розташування підприємства побутового обслуговування. Критерії вибору місця розташування підприємств побутового обслуговування.

2.5. Особливості стратегічного планування на підприємствах побутового обслуговування

Стратегічна діяльність на підприємствах сервісної діяльності. Визначення характерних стратегічних орієнтирів. Основі стратегічні ознаки послуг.

Сутність стратегічного планування, його роль і значення для розвитку підприємства сфери послуг. Важливість управління змінами на підприємстві особливо в умовах нестабільного оточуючого середовища.

2.6. Споживчі ризики та конкурентна стратегія суб'єктів сервісної діяльності

Визначення ризику при здійсненні побутового обслуговування населення. Типи споживчих ризиків. Шляхи зменшення чи уникнення ризиків на підприємствах побутового обслуговування.

Основні форми і види, методи розробки та принципи ефективності реалізації стратегій. Основні види конкурентних стратегій. Конкурентна стратегія на ринку послуг. Основні елементи конкурентної стратегії. Визначення позиції на ринку та основні етапи цього процесу.

2.7. Управлінський контроль сервісного підприємства

Контроль – одна з основних функцій менеджменту, що забезпечує своєчасне корегування відхилень від обраного курсу. Головними інструментами контролю є спостереження, перевірка, облік і аналіз діяльності підприємства. Тема розкриває сутність, основні види, методи та принципи контролю діяльності підприємств побутового обслуговування, що функціонують у сфері послуг. Приділено увагу особливостям контролю результатів надання послуг, зокрема аналізу відгуків клієнтів щодо задоволеності наданими послугами.

2.8. Мотивація як функція менеджменту сфери послуг на підприємствах побутового обслуговування

Мотивація є рушійною силою, що спонукає людину до праці. Ефективне управління неможливе без розуміння мотивів і потреб людини і правильного використання стимулів до праці. В темі визначено зміст складових понять мотивації: потреби, мотиви, стимули, винагорода. Розглянуто способи мотивації, етапи мотиваційного процесу, мотиваційну структуру поведінки людини, форми стимулів. Приділено значну увагу особливостям мотивації і оплати праці працівників сфери обслуговування.

МОДУЛЬ 3.

ПРОЦЕСИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

3.1. Прогнозування попиту в сервісній діяльності

Прогнозування та прогноз – теоретичні дефініції. Алгоритм розробки прогнозу. Особливості прогнозування. Фактори впливу на вибір методу прогнозування. Коливання попиту на послуги та фактори, що їх пояснюють. Методи прогнозування попиту на послуги.

3.2. Управління попитом в чергах. Модель масового обслуговування

Типові ситуації створення черг. Системи обслуговування та їх класифікація. Структури системи масового обслуговування. Одноканальна модель лінії обслуговування. Багатоканальна модель лінії обслуговування.

3.3. Визначення обсягу діяльності на підприємствах сфери послуг

Теоретичні основи обсягу діяльності. Фактори впливу на зміни і формування обсягу діяльності на підприємствах побутового обслуговування. Стратегії впливу на обсяг діяльності в сервісній діяльності.

3.4. Управління якістю сервісній діяльності.

Оцінка ефективності підвищення якості послуг

Визначення якості діяльності підприємств побутового обслуговування. Фактори, що забезпечують високий рівень якості послуг. Основні показники оцінки якості послуг. Методи розрахунку показників оцінки якості послуг. Моделі оцінки якості послуг.

Принципи та елементи загального управління якістю на підприємствах побутового обслуговування. Основні причини гарантування якості послуг. Діяльність щодо підвищення ефективності сфери послуг.

3.5. Маркетингова діяльність на підприємствах побутового обслуговування

Складові маркетингових досліджень. Зміст маркетингових досліджень. Особливості маркетингових досліджень на підприємствах побутового обслуговування.

Просування послуг на ринок. Реклама та її види. Створення «сильного» бренду. Напрями просування послуг на ринку.

Цінова політика підприємств побутового обслуговування. Фактори впливу на ціноутворення послуг. Методи формування ціни на підприємствах побутового обслуговування.

3.6. Витрати на підприємствах сервісній діяльності

Класифікація витрат. Класифікація показників, що характеризують процес надання послуг і впливу на облік витрат. Склад методів і підходів визначення собівартості послуг на підприємствах побутового обслуговування. Контроль витрат на підприємстві. Використання бюджетування.

Визначення стандартів робочої сили. Методи розробки стандартів обслуговування.

3.7. Формування запасів у сервісній діяльності

Причини, що пояснюють необхідність формування запасів на підприємствах побутового обслуговування. Вхідні і вихідні продукти сервісної діяльності. Наслідки неоптимального планування періодичності та розмірів замовлення. Класифікація та оцінка запасів.

Необхідні види сировини. Умови постачання сировини. Вибір постачальника. Документообіг при підписанні відповідних договорів постачання.

3.8. Оцінка результативних показників діяльності сервісних підприємств

Основні фактори впливу на прибуток підприємств побутового обслуговування. Напрями оцінки прибутковості діяльності. Визначення фінансових результатів при виконанні робіт та наданні послуг. Сучасні технології управління витратами та прибутками. Формування прибутку на підприємствах побутового обслуговування. Рентабельність підприємств сфери послуг.

Оцінка ефективності надання послуг. Оцінка інвестиційних проектів розвитку сервісних підприємств.

МОДУЛЬ 4

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ

4.1. Розробка і впровадження управлінських рішень у сфері послуг

Необхідність ухвалення рішення становить сутність діяльності менеджера будь-якого рівня. Ухвалення рішення є кінцевим етапом процесу управління. В темі розкрито сутність процесу прийняття рішень, різновиди управлінських рішень, чинники та перелік обмежень, що впливають на процес прийняття рішення на підприємствах побутового обслуговування. Значну увагу приділено передбаченню наслідків управлінських рішень та оцінці їх виконання, зокрема ролі зворотного зв'язку.

4.2. Інформаційне забезпечення процесу менеджменту сфери послуг

Сутність поняття інформації, класифікація основних видів інформації, що використовується в управлінні підприємств побутового обслуговування. Інформаційні рівні та процес створення інформаційної системи управління сервісного підприємства. Якість інформації та чинники її забезпечення.

4.3. Організація комунікаційних процесів у сфері обслуговування

Зміст процесу ділового спілкування, основні види і форми комунікацій, елементи та стадії комунікаційного процесу, роль і значення невербальних комунікацій в роботі сервісного підприємства. Приділено значну увагу зовнішнім комунікаціям та їх ролі в управлінні підприємствами сфери обслуговування, комунікаційним перешкодам та методом їх подолання.

4.4. Людський фактор: лідерство, вплив і влада

Головним джерелом розвитку підприємств побутового обслуговування є трудові ресурси, зокрема їх майстерність, освіта, підготовка, досвід, мотивація. В темі розглянуто сутність кадрової політики, визначено принципи та норми, що регламентують відносини з персоналом. Визначено роль і зміст функцій служби управління персоналом на сервісному підприємстві. Визначено фактори продуктивності праці та методи її оцінки. Приділено увагу таким елементам системи управління персоналом як формальні і неформальні відносини в колективі, вплив, влада, лідерство, стилі управління, управління кар'єрою.

4.5. Культура підприємств побутового обслуговування

Культура підприємства – це характер, особливості і стиль роботи, які виявляються в поведінці працівників, їх судженнях, відносинах, у способах вирішення проблем, внутрішній естетиці, використовуваній техніці і технології тощо. В темі розглянуто сутність та складові елементи корпоративної культури. Основна увага приділена етикету сервісного підприємства.

ОРІЄНТОВАНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ

1. У чому полягає економічна суть послуги?
2. Розкрийте економічну й організаційну суть діяльності підприємств побутового обслуговування.
3. Які специфічні функції є на підприємствах побутового обслуговування?
4. Основні напрями підприємницької діяльності у сфері побутового обслуговування.
5. Визначте особливості послуги як об'єкта підприємницької діяльності.
6. Як ви розумієте невідчутність виробництва і споживання послуг?
7. Дайте визначення поняття «стандарт обслуговування» та місце цієї категорії на підприємствах побутового обслуговування.
8. У чому полягає сутність нездатності послуги до зберігання?
9. Основні права та обов'язки суб'єктів побутового обслуговування.
10. Види правової відповідальності підприємств побутового обслуговування.
11. Графік життєвого циклу послуги.
12. Основні напрями формування потреб населення у послугах.
13. Визначення факторів, що впливають на економіку підприємств побутового обслуговування.
14. Основні законодавчі документи, що регулюють діяльність підприємств побутового обслуговування.
15. У чому полягає сутність менеджменту? Які ознаки характеризують управління як науку?
16. У чому проявляється мистецтво управління?
17. Чим поняття «управління» відрізняється від «менеджменту»? Що у них спільного і якими є відмінні ознаки?
18. Що являє собою система менеджменту?
19. Розкрийте сутність основних функцій менеджменту підприємств побутового обслуговування.
20. Організації малого та середнього бізнесу як система.
21. Фактори внутрішнього та зовнішнього середовища на підприємствах побутового обслуговування.
22. Зміст функції планування.
23. Засади прогнозування в побутовому обслуговуванні.
24. Розробка нової продукції (послуги) на підприємствах побутового обслуговування.
25. Основні фактори вибору місця розташування підприємства побутового обслуговування. Критерії вибору місця розташування підприємств побутового обслуговування.
26. У чому полягає різниця між стратегічним і оперативним менеджментом на підприємствах сфери послуг?
27. Дайте характеристику досягнень шкіл менеджменту.
28. Які принципи управління ви знаєте?
29. Охарактеризуйте сутність основних підходів до управління.

30. Якою є місія та цілі підприємств побутового обслуговування?
31. У чому полягає сутність та призначення функції планування?
32. Розкрийте зміст процесу планування.
33. Розкрийте зміст основних видів планування.
34. Розкрийте на конкретному прикладі роль функції планування в управлінні сервісного підприємства.
35. Як взаємопов'язана функція планування з іншими функціями менеджменту?
36. Сутність понять «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентні переваги» підприємств побутового обслуговування.
37. Створення конкурентних переваг та позиціонування послуг.
38. Типи конкурентних стратегій, їх характеристика.
39. Визначення ризику в побутовому обслуговуванні.
40. Типи споживчих ризиків.
41. Шляхи зменшення чи уникнення ризиків на підприємствах сфери послуг.
42. Основні елементи конкурентної стратегії..
43. Визначення позиції на ринку та основні етапи цього процесу.
44. Зміст організаційної діяльності та її місце в системі менеджменту побутового обслуговування.
45. Цілі і принципи функції організування в побутовому обслуговуванні.
46. Типи організацій побутового обслуговування.
47. Фактори проектування підприємств сфери послуг.
48. Елементи проектування організації сфери послуг.
49. Ієрархічні різновиди організаційних структур сервісних підприємств.
50. Адаптивні різновиди організаційних структур.
51. Сутність контролю як функції менеджменту підприємств побутового обслуговування.
52. Види контролю діяльності в сфері послуг.
53. Принципи контролю діяльності сервісних підприємств.
54. Стандарти обслуговування на підприємствах побутового обслуговування.
55. Мотиваційні засоби менеджера
56. Змістовні теорії мотивації
57. Процесуальні теорії мотивації
58. Прогнозування на підприємствах малого та середнього бізнесу.
59. Фактор впливу на зміни і формування обсягу діяльності на підприємствах побутового обслуговування.
60. Визначення якості діяльності сервісних підприємств.
61. Принципи та елементи загального управління якістю на підприємствах побутового обслуговування.
62. Основні причини гарантування якості послуг.
63. Діяльність щодо підвищення ефективності сфери послуг.
64. Особливості маркетингових досліджень на підприємствах побутового обслуговування.
65. Просування послуг на ринок.
66. Реклама та її види.
67. Цінова політика підприємств побутового обслуговування.

68. Фактори впливу на ціноутворення послуг.
69. Методи формування ціни на підприємствах побутового обслуговування.
70. Склад методів і підходів визначення собівартості послуг на підприємствах побутового обслуговування.
71. Використання бюджетування.
72. Причини, що пояснюють необхідність формування запасів на сервісних підприємствах.
73. Наслідки неоптимального планування періодичності та розмірів замовлення.
74. Основні фактори впливу на прибуток підприємств побутового обслуговування.
75. Визначення фінансових результатів при виконанні робіт та наданні послуг.
76. Сучасні технології управління витратами та прибутками.
77. Основні види робіт менеджера сервісного підприємства.
78. Сутність і класифікація рішень у менеджменті сфери послуг.
79. Процес підготовки, прийняття та реалізації управлінських рішень.
80. Методи прийняття управлінських рішень.
81. Сутність і значення інформації в процесі менеджменту.
82. Комунікаційні процеси, його елементи і етапи.
83. Психологія поведінки індивіда і способи управління нею.
84. Формальні й неформальні групи, їх характеристика й основні показники.
85. Причини утворення неформальних груп і їх вплив на процес управління колективом сервісного підприємства.
86. Теорії влади, їх сутність і основи.
87. Сутність лідерства і його основні ознаки
88. Стиль управління і його вплив на ефективність роботи підприємства
89. Культура організації і культура менеджменту
90. Сучасні моделі корпоративної культури

СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТУ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА БІЗНЕСУ

ЗАТВЕДЖУЮ

В.о ректора КНУТД, проректор

_____ В.В. Каплун

« ____ » _____ 2018 р

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

для здобуття освітнього ступеню магістр
зі спеціальності

076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітня програма «Підприємництво та сервісна діяльність»

Варіант № XX

Тестові завдання (за кожне завдання 10 балів):

1. Набір правил для прийняття рішень, якими організація керується в своїй діяльності називається ...

- а) стратегія;
- б) план підприємства;
- в) графік роботи підприємства;
- г) організаційна структура управління.

2. Процес направлений на розподіл спільної діяльності серед виконавців ...

- а) організація;
- б) контроль;
- в) регулювання;
- г) стимулювання.

3. Забезпечення керівників поточною інформацією про рух ресурсів на підприємстві, про випуск продукції та її реалізації – це ціль є завданням...

- а) оперативного обліку;
- б) управлінського обліку;
- в) статистичного обліку;
- г) фінансового.

4. Інформація для координування календарних програм, фізичних перестановках, непередбачених відхилень від стандартів необхідна для здійснення:

- а) регулювання;
- б) контролю;
- в) обліку;

г) стимулювання.

5. Повноваженнями наділяється ...

- а) індивідуум;
- б) посадова особа;
- в) юридична особа;
- г) фізична особа.

Надайте відповідь на питання проблемного характеру (за кожне питання 25 балів):

1. Функція стимулювання в менеджменті підприємств сфери послуг.
2. Формування взаємозв'язків між підрозділами в процесі формування ОСУ.

**Затверджено на засіданні кафедри підприємництва та бізнесу
протокол № 1 від «18» січня 2018 р.**

Зав. кафедри _____ д.е.н., проф. Щербак В.Г.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДЕЙ

Приймальна комісія оцінює письмові відповіді вступника (на кожне завдання окремо) за такими критеріями (табл. 1)

Таблиця 1

Критерії оцінювання робіт

Теоретичні завдання		
Розкриття визначення економічної сутності понять (по кожному поняттю)	2 бали	Вступник дав правильну і вичерпну відповідь щодо економічної сутності поняття
	1 бал	Вступник помилився у використанні понятійного апарату
	0 балів	Вступник дав неправильну або неповну відповідь
Написання формул для розрахунку показників (по кожній формулі)	2 бали	Вступник правильно відобразив всі складові формули
	1 бал	Вступник припустив деякі неточності у відображенні складових формул або їх обґрунтуванні
	0 балів	Вступник представив неправильно формулу або припустив суттєві помилки в ній
Складання схем організаційних структур управління, дерева управлінських рішень та складання інших схем (по кожній схемі)	1 бал	Вступник правильно склав схему організаційної структури управління, дерева управлінських рішень (або іншу схему щодо взаємозв'язку понять менеджменту)
	0 балів	Вступник неправильно склав схему організаційної структури управління, дерева управлінських рішень (або іншу схему щодо взаємозв'язку понять менеджменту)
Обґрунтування методів аналізу та оцінки основних видів продукції та процесу управління підприємствами у відповідності до нормативно-правових документів	8-12 балів	Вступник продемонстрував глибокі знання нормативно-правової бази регулювання діяльності підприємств сфери послуг, уміння аргументувати вимоги законодавства
	4-7 балів	Вступник загалом показав задовільні знання нормативно-правової бази регулювання діяльності підприємств, не спромігся переконливо аргументувати можливості врахування підприємствами вимог законодавства
	0-3 балів	Вступник продемонстрував показав незадовільні знання нормативно-правової бази регулювання діяльності підприємств, чи взагалі нічого не відповів

У разі використання заборонених джерел вступника вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку.

За підсумками вступного іспиту вступник може набрати від 0 до 100 балів включно. Загальна кількість балів отримана вступником переводиться викладачем у ECTS-оцінки та традиційні академічні оцінки за такою шкалою (табл. 2):

Таблиця 2

Загальні критерії оцінювання робіт

Оцінка за баловою шкалою	ECTS- оцінка	Традиційна академічна оцінка
90-100	A	5 (відмінно)
82-89	B	4 (добре)
75-81	C	
67-74	D	3 (задовільно)
60-66	E	
35-59	FX	2 (незадовільно)
1-34	F	

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України Про підприємництво Верховна Рада України; Закон від 07.02.1991 № 698- XII Документ 698-12, чинний, поточна редакція — Редакція від 21.07.2012, підстава 4970-17 [Електронний ресурс] режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/698-12>

2. Андрушків Б. М. Економічна та майнова безпека підприємства і підприємництва. Антирейдерство [Текст] / Терноп. держ. техн. ун-т ім. І. Пулюя, Каф. менедж. підприємн. діяльн., Акад. соц. упр., Наук. т-во ім. Шевченка ; [авт.-уклад. Андрушків Б. М. та ін. ; наук. ред. Андрушків Б. М.]. - Т. : Терно-граф, 2008. - 424 с. : рис. - Бібліогр.: с. 417-422. - 500 экз. - ISBN 978-966-457-042-5

3. Балабан П.Ю., Балабан М.П., Мітяєва Т.Л., Міхайленко О.М., Попова Л.О., М.М. Хурса. Комерційна діяльність: підручник / За ред. проф. П.Ю. Балабана. – Х.: Світ Книг, 2015. – 452 с. Бібліогр.: с. 446-598. - ISBN 978-611-01-0337-4

4. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Ін-т економіки і упр., Каф. маркетинг. менедж. - К. : Центр учбової літератури, 2012. - 612 с. : рис., табл. - (Школа маркетингового менеджменту). - Бібліогр.: с. 594-598. - ISBN 978-611-01-0337-4

5. Вечеров В. Т., Міщенко А. П., Котуранова Т. В. Основи менеджменту [Текст] : [підручник] / В. Т. Вечеров, А. П. Міщенко, Т. В. Котуранова ; ДВНЗ "Придніпр. держ. акад. буд-ва та архіт.". - Д. : Свидлер А. Л., 2012. - 351 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 348-351. - 200 экз. - ISBN 978-617-627-027-0

6. Герасимчук З. В. Економіка підприємства: теорія та практика [Текст] : тези доп. I Всеукр. студент. наук.-практ. конф., 15-16 берез. 2012 р., м. Луцьк / Луц. нац. техн. ун-т, Каф. економіки та підприємництва, Каф. менедж. та маркетингу ; [відп. ред. З. В. Герасимчук]. - Луцьк : Гадяк Жанна Володимирівна : Волиньполіграф [друкарня], 2012. - 208 с. : рис., табл. - Назва обкл. : I Всеукраїнська студентська науково-практична конференція "Економіка підприємства: теорія та практика". - Бібліогр. в кінці ст. - 300 экз. - ISBN 978-966-2379-44-0

7. Горбань Г.О. Прийняття управлінських рішень у соціальних системах: соціально-психологічний аспект [Текст] : монографія / Г. О. Горбань. Запоріжжя : Класич. приват. ун-т, 2012. – 347 с.

8. Гринчуцький В. І., Карапетян Е. Т. Економіка підприємства [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погрішук ; Терноп. нац. екон. ун-т. - 2-ге вид., переробл. та допов. - К. : Центр учбової літератури, 2012. - 303 с. : рис., табл. - Бібліогр. в кінці тем. - ISBN 978-611-01-0309-1

9. Калінеску Т.В. Біржова діяльність: підручник [Текст] / Т.В. Калінеску, Северодонецьк: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2016. – 258 с. : рис., табл. - Бібліогр. в кінці тем. - ISBN 978-611-01-0379-9

10. Козенков Д. Є., Ковзель А. С., Ковзель К. А. Основи менеджменту [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Д. Є.

- Козенков, А. С. Ковзель, К. А. Ковзель ; Нац. металург. акад. України. - Д. : Акцент, 2014. - 174 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 169-172. - 300 экз. - ISBN 978-966-2607-88-8
11. Колеснікова К. В., Бондар В. І. Управління проектами [Текст] : практикум / Колеснікова К. В., Бондар В. І. ; Одес. нац. політехн. ун-т. - О. : Елтон, 2013. - 119 с. : табл., рис. - Бібліогр.: с. 111-112. - 300 экз. - ISBN 978-966-2430-35-6
12. Комерційна логістика: навч. посіб. / А.А. Мазаракі, Т.Д. Москвітіна, В.М. Торопков та ін.; за ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 406 с. Бібліогр. в кінці розд. - 300 экз. - ISBN 978-617-7050-30-7
13. Краснова В. В. Фінансовий менеджмент [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ, які навч. за освіт.-проф. програмою магістра за спец. "Економіка підприємства" / [В. В. Краснова та ін. ; за заг. ред. В. В. Краснової] ; Донец. нац. ун-т, Екон. ф-т. - Донецьк : ДонНУ, 2013. - 469 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 455-462. - 300 экз. - ISBN 978-966-639-594-1
14. Кузьмін О. Є. Економіка інноваційного підприємства [Текст] : навч. посіб. для студ. Ін-ту економіки і менедж. спец. 8.180100 "Управління інноваційною діяльністю" / О. Є. Кузьмін [та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка", Ін-т економіки і менедж., Каф. менедж. і міжнар. підприємництва. - 2-ге вид., допов. і переробл. - Л. : Міські інформаційні системи, 2011. - 390 с. : табл. - Бібліогр.: с. 374-389. - 300 экз. - ISBN 978-966-1577-11-3
15. Кучеренко В. Р. Управління проектами в підприємницьких структурах [Текст] : навч. посіб. / В. Р. Кучеренко [та ін.] ; Одес. нац. екон. ун-т. - 2-ге вид., випр. і перероб. - О. : Астропринт, 2013. - 268 с. - Бібліогр.: с. 263-264. - 300 экз. - ISBN 978-966-190-747-7
16. Основи управлінського консультування [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ / [Б. Г. Шелегеда, О. М. Шарнопольська, Л. М. Василюшина] ; за ред. проф. Б. Г. Шелегди ; ДВНЗ "Донец. нац. техн. ун-т", Каф. менеджменту та госп. права. - Донецьк : Ноулідж, Донец. від-ня, 2014. - 188 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 180-181. - 300 экз. - ISBN 978-617-579-855-3
17. Підприємницькі мережі в торгівлі: Монографія / [Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, В.М. Торопков, О.П. Бегларашвілі, Т.М. Григоренко]; за заг. ред. Н.О. Голошубової. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 344с. - Бібліогр. в кінці розд. - 300 экз. - ISBN 978-617-7050-30-7
18. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: Підручник. - 2-ге вид., випр. - Суми: Університетська книга, 2012. - 367 с.: іл.- Бібліогр. в кінці розд. - 200 экз. - ISBN 978-617-7750-25-8
19. Семенець А. О. Розвиток фінансового менеджменту на підприємствах, установах [Текст] : монографія / А. О. Семенець [та ін.] ; за заг. ред. А. О. Семенець ; Харк. ін-т фінансів Укр. держ. ун-ту фінансів та міжнар. торгівлі, Харк. торг.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. - Х. : Мадрид, 2013. - 136 с. : табл., рис. - Бібліогр. в кінці розд. - 300 экз. - ISBN 978-617-7050-30-7
20. Сидорчук О. Г., Артим І. І. Основи менеджменту [Текст] : навч. посіб. / О. Г. Сидорчук, І. І. Артим ; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. - Л. : [ЛПІДУ НАДУ], 2014. - 215 с. : рис. - Бібліогр.: с. 214-215. - 300 экз. - ISBN 978-966-8687-72-3

21. Стадник В. В., Мельничук О. П., Йохна В. М. Маркетинг-менеджмент інноваційного розвитку підприємства [Текст] : [монографія] / Стадник В. В., Мельничук О. П., Йохна В. М. - Хмельницький : Гонта А. С., 2013. - 205 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 189-204. - 300 экз. - ISBN978-966-96683-8-7

22. Управління міжнародними інвестиційними проектами [Текст] : навч. посіб. / В. П. Савчук, С. І. Прилипко, О. Г. Величко ; за заг. ред. канд. екон. наук, доц. С. І. Прилипка ; Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". - К. : КНЕУ, 2013. - 469 с. : рис., табл. - Бібліогр. в кінці розд. - 215 экз. - ISBN 978-966-483-691-0

23. Управління проектами: теорія та практика виконання проектних дій [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Т. Г. Фесенко ; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. - Х. : ХНАМГ, 2012. - 181 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 176-178. - 300 экз. - ISBN 978-966-695-289-2

24. Управління міжнародними інвестиційними проектами [Текст] : навч. посіб. / В. П. Савчук, С. І. Прилипко, О. Г. Величко ; за заг. ред. канд. екон. наук, доц. С. І. Прилипка ; Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". - К. : КНЕУ, 2013. - 469 с. : рис., табл. - Бібліогр. в кінці розд. - 215 экз. - ISBN 978-966-483-691-0