

ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії

Юрій КИРИЛОВ

28 березня 2025 року



ПРОГРАМА

ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ІСПИТУ

зі спеціальності

J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг

для вступу на здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр» на базі здобутого ступеня вищої освіти «Бакалавр», «Магістр» та освітньо-кваліфікаційного рівня «Спеціаліст»

ЗМІСТ

	ВСТУП	3
I	ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ.....	3
II	ПРОГРАМИ ТА РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА З НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ.....	3
	Програма навчальної дисципліни «Стандартизація і сертифікація у сфері послуг».....	3
	Програма навчальної дисципліни «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу».....	5
	Програма навчальної дисципліни «Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу».....	8
III	КРИТЕРІЇ ТА ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДЕЙ ВСТУПНИКА.....	10

ВСТУП

Мета фахового вступного випробування з «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» є виявлення у вступників рівня спеціальних знань і практичних навичок вступників, яких вони набули під час навчання на освітньому ступені/рівні бакалавра/спеціаліста/магістра з комплексу фахових навчальних дисциплін.

Програма складається з 3-х змістових частин, кожна з яких відображає окремі компетенції, що інтегрують теоретичні знання та практичні навички з дисциплін передбачених програмою підготовки бакалаврів, зокрема «Стандартизація і сертифікація у сфері послуг», «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу», «Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу». Екзаменаційні білети мають за змістом міжпредметний характер.

Вступні випробування проводяться у формі тестування, що дозволяє перевірити сформованість відповідних теоретичних знань та практичних навичок. Тестове завдання для вступу складається з 50 тестів із комплексу дисциплін фахової підготовки. За характером формування відповідей використовуються завдання закритої форми, що представлені запитаннями, які потребують обрання однієї відповіді із запропонованого набору варіантів.

Порядок проведення іспиту визначається положенням про приймальну комісію Херсонського державного аграрно-економічного університету.

І. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Тривалість проведення фахового вступного випробування – 120 хвилин.
2. Під час проведення вступного випробування не допускається користування електронними приладами, підручниками, навчальними посібниками та іншими матеріалами, якщо це не передбачено рішенням Приймальної комісії.
3. Під час вступного фахового випробування використовується ручка синього кольору.
4. Оцінювання знань проводиться за результатами відповідей відповідно до визначених критеріїв.

ІІ. ПРОГРАМИ ТА РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА З НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ

Програма за кожною дисципліною складається з переліку тем, їх змісту та списку рекомендованих літературних джерел.

При складанні фахового вступного випробування абітурієнти повинні продемонструвати достатній рівень знань дисциплін циклу загальної теоретичної та професійної підготовки.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СТАНДАРТИЗАЦІЯ І СЕРТИФІКАЦІЯ У СФЕРІ ПОСЛУГ»

Тема 1. Стандартизація як важлива складова системи технічного регулювання

Мета, завдання та функції стандартизації. Міжнародна та національна організації зі стандартизації. Національна система стандартизації України.

Тема 2. Організаційно-методичні основи стандартизації

Методичні принципи стандартизації. Методи стандартизації. Національний орган стандартизації (НОС). Категорії та види стандартів. Загальні вимоги до змісту розділів технічних умов.

Тема 3. Сутність сертифікації

Сертифікація - складова частина діяльності технічного регулювання. Мета сертифікації.

Тема 4. Сертифікація відповідності послуг. Стандартизація термінів у галузі сертифікації

Стандартизація термінів у галузі сертифікації. Види сертифікації. Класифікація послуг. Якість послуг.

Тема 5. Сертифікація послуг. Сертифікація систем управління якістю

Стандартизація та сертифікація в сфері послуг. Сертифікація готельних послуг. Сертифікація послуг ресторанного господарства. Система управління безпечністю харчових продуктів НАССР.

Тема 6. Метрологія. Основні поняття метрології

Основні завдання наукової метрології. Основні етапи розвитку метрології. Основні поняття, терміни і визначення метрології.

Тема 7. Основи технічних вимірювань

Фізичні величина та їх вимірювання. 7.2. Одиниці вимірювань. Засоби вимірювань та їх метрологічна характеристика. Характеристика факторів, що впливають на результат вимірювання.

Тема 8. Метрологічне забезпечення якості продукції. Розвиток кваліметрії як науки

Розвиток кваліметрії як наук. Показники якості. Вимірювання якості. Експертна оцінка якості продукції, послуг.

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Основна:

1. Закон України «Про стандартизацію»
2. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності»
3. Закон України «Про метрологію та метрологічну діяльність»
4. Закон України «Про туризм»
5. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності»
6. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів
7. Баль – Прилипко Л.В., Слободянюк Н.М., Поліщук Г.Є., Буряк В.Г. Стандартизація, метрологія, сертифікація та управління якістю. /Навчальний посібник – К.: ЦП «Компринт», 2019. – 587 с.
8. Давидова, О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельноресторанному господарстві [Електронний ресурс] : підручник / О. Ю. Давидова. - Харків : Іванченко І. С., 2018 . — 488 с.
9. Метрологія, стандартизація, сертифікація та акредитація [Текст] : навч. посіб. / О. І. Макота, Л. П. Олійник, З. М. Комаренська ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2019. - 171 с.
10. Салухіна Н. Г., Язвінська О. М. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг: Підручник. 2-ге видання — К.: Центр учбової літератури, 2019. — 426 с
11. Тарасова В.В. Метрологія, стандартизація і сертифікація/ В.В.Тарасова. - К. : ЦУЛ, 2019. - 264с.

Додаткова:

1. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства
2. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг
3. Букреева О.С., Рибалко І.В., Основи стандартизації та оцінки відповідності: електронний навчальний посібник у схемах і таблицях. Харків : ХНАДУ, 2019. 76 с. URL: https://dspace.khadi.kharkov.ua/dspace/bitstream/123456789/2532/3/Bykreeva_Rybalko_osnovy_stand_2019.pdf
4. Паска М. Сучасні рішення для управління харчовою безпекою в закладах ресторанного господарства / Марія Паска // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. матеріалів наук.-практ. семінару (3 жовтня 2019 р., с. Гута). – Львів, 2020. – С. 52–55.
5. Сертифікація, оцінювання відповідності, акредитація: навчальний посібник / Галина Денисівна Гуменюк, Національний університет харчових технологій . – Херсон: Олді-плюс, 2018 . – 217 с. ISBN 978-966-289-205-5.
6. Саранча Г.А. Метрологія, стандартизація, відповідність, акредитація та управління якістю / Г.А. Саранча. - К.: ЦУЛ, 2016. - 624 с.
7. Федорченко В.К., Лук'янов Л.Г., Дорошенко Т.Т. Уніфіковані технології готельних послуг: навчальний посібник. Київ : Вища школа, 2017. 237 с.

8. Bal'-Prylypko L.V., Slobodianiuk N.M., Polishchuk G. Ye., Burak V.G. Standardization, metrology, certification and quality management. – Kyiv.: TsP «Komprin», 2017/ - 592 c.

Інформаційні ресурси:

9. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. <https://dpss.gov.ua/> -
10. Міністерство економіки України. <https://www.me.gov.ua/>
11. Каталог стандартів ISO [Електронний ресурс] http://www.iso.org/iso_catalogue.htm -;
12. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.kiev.ua>
<http://www.nau.kiev.ua>; <http://www.ukrpravo.kiev.com>; <http://www.liga.kiev.ua>.
13. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»

Тема 1. Теоретичні засади менеджменту готельно-ресторанного бізнесу

Сутність управління та менеджменту. Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристика, взаємозв'язок та взаємодія. Менеджмент як вид професійної управлінської діяльності в умовах ринкових відносин. Характеристика і аналіз різних визначень менеджменту. Управлінські відносини, як предмет вивчення дисципліни. Еволюція наукових шкіл менеджменту. Наукові підходи до менеджменту. Принципи менеджменту. Рівні менеджменту. Цілі менеджменту, їх характеристика, значення і класифікація. Функції менеджменту. Задачі менеджменту. Менеджмент в готельно-ресторанному бізнесі, як наукова і практична діяльність, її зміст, структура. Заклад готельного (ресторанного) бізнесу та готельно-ресторанний комплекс, як об'єкти управління. Особливості та проблеми управління закладами готельно-ресторанного бізнесу.

Тема 2. Функції менеджменту в готельно-ресторанному бізнесі

Функціональна спеціалізація управління в закладах готельно-ресторанного бізнесу. Класифікація функцій менеджменту. Основні (загальні) та спеціальні функції менеджменту, їх взаємозв'язок. Сутність та зміст функції планування і прогнозування. Характеристика факторів, що впливають на процес планування.

Принципи планування. Рівні планування діяльності закладів готельно-ресторанного бізнесу. Функція організації, як базисна функція менеджменту, її зміст та напрями реалізації в закладах готельно-ресторанного бізнесу. Координування як функція забезпечення ритмічної роботи закладу, умови її виконання.

Функція мотивації (стимулювання) її сутність і значення, порядок і напрями реалізації в закладах готельно-ресторанного бізнесу. Характеристика теорій мотивації. Функція контролю, як форма зворотного зв'язку від підрозділів закладу до органів управління. Види контролю в готельно-ресторанному бізнесу. Органи зовнішнього і внутрішнього контролю за діяльністю підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Попередній, поточний і заключний контроль. Регулювання процесу виробництва і обслуговування на основі контролю за діяльністю підрозділів закладів готельно-ресторанного господарства. Характеристика та класифікація спеціальних (конкретних) функцій менеджменту в закладах готельно-ресторанного господарства. Співвідношення і взаємозв'язок функцій менеджменту в управлінських системах різних рівнів.

Тема 3. Методи менеджменту в готельно-ресторанному бізнесі

Сутність методів менеджменту, їх зміст і зв'язок з функціями управління. Значення системи методів менеджменту в роботі закладів готельно-ресторанного бізнесу. Мотиваційна природа методів менеджменту. Класифікація методів менеджменту, їх взаємозв'язок.

Економічні методи менеджменту, їх значення та напрями використання в закладах готельно-ресторанного бізнесу. Зміст економічних методів менеджменту, комерційний розрахунок, ціноутворення, прибуток, матеріальне стимулювання.

Організаційно-розпорядчі (адміністративні) методи менеджменту.

Характеристика методів організаційного впливу: організаційне регламентування — закони, статuti, положення, організаційне нормування, інструктування. Особливості регламентування в закладах готельно-ресторанного бізнесу. Розпорядчий вплив і форми його застосування: накази, розпорядження, вказівки.

Значення людського фактору в управлінні закладами готельно-ресторанного бізнесу. Цілі, задачі та форми використання соціально-психологічних методів менеджменту: підвищення соціальної активності членів колективу, соціальне нормування та регулювання, методи пропаганди та агітації, формування оптимального психологічного клімату в колективі та ін.

Тема 4. Прийняття управлінських рішень на підприємствах готельно-ресторанного господарства

Сутність управлінських рішень, їх значення для ефективності роботи готельно-ресторанних комплексів. Класифікація управлінських рішень. Вимоги до управлінських рішень: наукова обґрунтованість, реальність, цільова спрямованість, кількісна та якісна визначеність. Технологія підготовки та прийняття управлінських рішень. Аналіз і класифікація проблем в діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Етапи прийняття управлінських рішень. Методи розробки варіантів управлінських рішень: експертної оцінки, моделювання, "мозкового штурму", порівняння. Критерії вибору варіантів рішення. Вимоги до прийняття отриманого рішення керівником підприємства. Характеристика факторів, що впливають на ефективність управлінських рішень. Етапи реалізації управлінських рішень.

Тема 5. Проектування робіт в закладах готельно-ресторанного бізнесу

Концепції «організації праці» та «проектування робіт» у закладах готельно-ресторанного бізнесу, їх загальні риси та відмінності. Загальна характеристика основних елементів організації праці. Поняття «роботи». Аналіз роботи. Параметри роботи. Сприйняття змісту роботи. Зв'язок технології та проектування роботи. Моделі проектування робіт в закладах готельно-ресторанного бізнесу. Особливості проектування робіт окремих категорій працівників готельного та ресторанного бізнесу.

Тема 6. Функціональна структура сучасних підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Поняття та різновиди комплексних підприємств в готельно-ресторанному бізнесі. Організаційно-функціональна структура готельних комплексів різних типів та місткості. Класифікація служб, підрозділів та посад в готельному комплексі за характером отримання доходу (прямий та непрямий дохід) та наявності контакту з гостями (front office та back office). Зміст управління основними службами готелю та ресторану при готелі. Завдання управління підрозділами, що надають додаткові сервісні послуги. Структура та завдання підрозділів виробничої інфраструктури готельного комплексу. Інженерно-технічна служба підприємства, її функції та принципи управління. Зміст і завдання управління транспортним та складським господарством в готельному комплексі. Служба комп'ютерного управління готельного комплексу. Управління безпекою готельного комплексу. Організація вищої управлінської ланки готельного комплексу та особливості управління його функціональними підрозділами.

Тема 7. Управління персоналом в закладах готельно-ресторанного бізнесу

Роль персоналу в досягненні ефективності та підвищення конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного бізнесу. Фактори, що визначають підвищену увагу менеджменту до персоналу в індустрії гостинності. Особливості та проблеми управління персоналом в готельному та ресторанному бізнесі. Визначення і класифікація персоналу закладів готельно-ресторанного бізнесу. Кількісні та якісні характеристики персоналу. Організаційна поведінка як об'єкт управління, та фактори що визначають її якість в підприємствах готельного та ресторанного господарства. Зміст та завдання управління персоналом в закладах готельно-ресторанного бізнесу. Кваліфікаційна структура персоналу закладів готельного та ресторанного бізнесу. Професії та посади основних підрозділів закладів готельного та ресторанного бізнесу. Кваліфікаційні вимоги до професій та посад основних підрозділів закладів готельного, ресторанного бізнесу. Особливості професійного розвитку та зміст навчальних тренінгів персоналу в готельно-ресторанному

комплексі. Критерії ділової оцінки персоналу. Проблеми мотивації та компенсації праці персоналу готельного комплексу. Корпоративна культура та її елементи в управлінні персоналом закладів готельно-ресторанного бізнесу

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Основна:

1. Лупак Р.Л.. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / Р.Л. Лупак, Т.Г. Васильців – Л. : Вид-во ЛКА, 2016. – 484с
2. Мальська М.П. Управління сферою готельного господарства : теорія та практика : підручник /М.П. Мальська, В.П. Кізима, І.З. Жук. – К. : Центр учбової літератури, 2017. – 336 с.
3. Петруня Ю.Є. Прийняття управлінських рішень : навч. посіб./ Ю.Є. Петруня. - : Центр учбової літератури, 2017. – 216 с.
4. Сахно Є.Ю. Менеджмент сервісу: теорія і практика : навч. посіб. /Є.Ю. Сахно. - Центр учбової літератури, 2017. – 328 с.
5. Яцун Л.М. Менеджмент ресторанного господарства : навч. посіб / Л.М. Яцун [та ін.]; ХДУХТ. – Х., 2017. – 486 с.

Додаткова:

1. Менеджмент туристичної галузі: підручник / О.М. Білоусов, О.Є. Лугінін, О.С. Морозова, Л.В. Соколова. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017.-580с.
2. Морозова О.С. Інвестиційна привабливість туристичного бізнесу Південного регіону України / Морозова О.С., Морозов О.В., Морозов Р.В., Бабушкіна Р.О. // Бізнес – навігатор: науково – виробничий журнал. – 2017. № 3 (42) – С. 71
3. Морозова О.С. Індустрія гостинності: перспективи її розвитку в Україні / Морозова О.С., Морозов О.В. // Приазовський економічний вісник» Електронний науковий журнал - Випуск 2(19) 2020.

Інформаційні ресурси:

1. Інтернет-портал з проблем менеджменту. URL: <https://www.management.com.ua/about.php>
2. Державний служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Готельно-рестораний бізнес URL: <http://hotelbiz.com.ua/>
4. Журнал «Академія гостинності». URL: <http://hotel-rest.com.ua/> 6
5. Інтернет портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua/>
6. Офіційний сайт ділового журналу «Бізнес». URL: <https://business.ua/>

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»

Тема 1. Сутність, зміст і роль сучасного маркетингу в готельно-ресторанному бізнесі.

Основні поняття і категорії

Сутність маркетингу. Історія виникнення та основні етапи розвитку маркетингу. Фундаментальні поняття маркетингу: потреба, ієрархія потреб, товар, послуга, попит, угода, ринок, ринковий попит, ринкова пропозиція, ринкова ціна, споживча цінність, просування, реклама.

Управління маркетингом. Цілі маркетингу готельних та ресторанних послуг, основна ціль маркетингу. Завдання маркетингу в готельно-ресторанному бізнесі. Функції маркетингу: аналітична, виробнича, збуту, управління, контролю. Основні принципи маркетингу. Інструментарій маркетингу

Тема 2. Маркетингове середовище, його вплив на діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Маркетингове середовище, внутрішнє та зовнішнє середовище, контрольовані та неконтрольовані чинники, мікросередовище: постачальники, посередники, клієнти, конкуренти, контактні аудиторії; макросередовище: соціально-економічні, політико-правові, науково-технічні, природнокліматичні, демографічні фактори, фактори культурного порядку. Поняття «Маркетингове середовище підприємства». Визначення поняття «конкуренти», їх види. Маркетингові посередники, їх види. Відмінність між споживачами, покупцями та клієнтами. Види клієнтурних ринків, їх відмінності. Поняття «контактні аудиторії», їх типи.

Тема 3. Поняття, процес і призначення маркетингових досліджень

Маркетингова інформація, її важливість і різновиди. Основні елементи маркетингової інформаційної системи. Вторинна маркетингова інформація. Первинна маркетингова інформація. Система маркетингової інформації. Маркетингові дослідження. Суть, зміст та етапи проведення маркетингових досліджень. Кабінетні дослідження. Польові дослідження. Пілотні дослідження. Панельні дослідження. Якісні та кількісні дослідження. Опитування. Спостереження. Експеримент. Імітація. Маркетингове середовище підприємства та його характеристика. Послідовність проведення маркетингових досліджень. Правила побудови анкет і типи анкетних запитань.

Тема 4. Споживчі ринки та поведінка покупців

Потреби споживачів та особливості їх задоволення сферою послуг. Поведінкова модель функціонування сфери послуг. Основні фактори, що впливають на поведінку споживача. Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем. Модель прийняття рішень про купівлю: усвідомлення потреби, пошук інформації, оцінка альтернатив, ухвалення рішення про купівлю, реакція на купівлю.

Механізм купівлі товарів. Стадії процесу ухвалення рішення про купівлю. Поділ споживачів залежно від швидкості адаптації до товарів/послуг-новинок.

Тема 5. Товар (послуга) в комплексі маркетингу

Комплекс маркетингу (маркетинг-мікс), його основні елементи. Сутність та характеристика товару. Класифікація товарів і послуг. Процес розробки нової продукції. Життєвий цикл товару. Позиціонування товару на ринку. Сутність маркетингової товарної політики підприємств готельно-ресторанного господарства. Роль реклами на різних етапах життєвого циклу продукту. Роль упаковки з позиції сприйняття продукту. Основні підходи до розробки нових товарів. Причини невдач нових товарів/послуг на ринку. Поділ споживачів залежно від їхньої прихильності до нововведень. Творчі методи пошуку ідей нових товарів/послуг. Основні етапи ЖЦТ. Зміна маркетингової стратегії залежно від етапу життєвого циклу, на якому перебуває товар/послуга. Бренд і брендинг. Етапи процесу формування бренда. Різниця між «брендом» і «торговою маркою».

Тема 6. Маркетингова цінова політика підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Сутність та роль маркетингової цінової політики. Цінові політики – сутність, зміст, види. Фактори, що впливають на формування цінової політики підприємств готельно-ресторанного господарства. Внутрішні чинники ціноутворення. Зовнішні чинники ціноутворення. Методи ціноутворення у підприємствах готельно-ресторанного господарства. Складники ціни. Розрахунок беззбитковості для порівняння ціни, постійних і змінних витрат на одиницю продукції. Розрахунок орієнтованої початкової ціни. Вплив споживачів на встановлення ціни товару. Класифікація споживачів стосовно їхньої чутливості до ціни. Класифікація цінових стратегій. Класифікація цінових стратегій за співвідношенням «ціна-якість». Основні чинники, які треба врахувати під час встановлення остаточної прейскурантної або базової ціни.

Тема 7. Маркетингова збутова політика на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу

Сутність збутової політики підприємства. Основні завдання збутової політики. Види і функції каналів збуту, їх відмінності. Особливості збутової політики підприємств ресторанного господарства. Франчайзинг і кейтерінг, як нові форми збуту продукції та послуг підприємств харчування. Використання системи франчайзингу на підприємствах готельно-ресторанного господарства.

Тема 8. Маркетингова політика комунікацій в системі управління підприємством

Сутність комплексу маркетингових комунікацій та його роль в системі управління підприємством. Головні цілі та завдання маркетингових комунікацій. Основні елементи та етапи розробки комплексу маркетингових комунікацій (КМК). Класифікація видів комунікацій. Особливості реклами у системі маркетингу підприємств готельно-ресторанного господарства. Стимулювання збуту. Персональний продаж і зв'язки з громадськістю (PR). Прямий маркетинг

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Основна:

1. Джек Траут, Ел Райс. Маркетингові війни. Переклад В'ячеслав Стельмах. 2019 р. 240 с.
2. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учень для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1063.
3. Кріс Гріффітс, Меліна Кості. Посібник із креативного мислення. Переклад: Уляна Курганова. 2020 р., 288 с.
4. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі [текст] підручник. / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 336 с.
5. Про захист економічної конкуренції : закон України від 11.01.2001 №2210-III із змінами та доповненнями від 14.01.2020. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text> (дата звернення 30.05.2021).
6. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 №1023-XII із змінами та доповненнями від 17.06.2020. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення 30.05.2021).
7. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : закон України від 15.12.1993 №3689-XII із змінами та доповненнями від 21.07.2020. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text> (дата звернення 30.05.2021).
8. Про рекламу : закон України від 03.07.1996 №270-96/ВР із змінами та доповненнями від 04.02.2021. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 30.05.2021).
9. Про ціни і ціноутворення : закон України від 21.06.2012 №5007-VI із змінами та доповненнями від 30.03.2020. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text> (дата звернення 30.05.2021).

Додаткова:

1. Актуальні тренди digital-маркетингу. Маркетинг і реклама. 2018. №6. С. 50- 52.
2. Кацемір Я.В. Методика оцінювання рівня споживчої привабливості туристичного продукту. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського Серія: Економіка і управління, Том 31 (70). № 1, 2020, с.121-126. http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_1/22.pdf
3. Кацемір Я.В. Напрями підвищення корисності послуг у туристичному продукті. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка», № 4/2020. <http://tnv->

econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/110

4. Стан та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу : колективна монографія [Електронний ресурс] / за ред. д.і.н., проф. Чепурди Г.М.; Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2019. – 157 с.
5. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні : кол. монографія [Електронний ресурс] / за ред. д-ра іст. наук, проф. Чепурди Г. М.; Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2021. – 189 с.

Інформаційні ресурси:

1. Готельно-рестораний бізнес. URL: <http://hotelbiz.com.ua/>
2. Журнал «ProHotelia». URL: <http://prohotelia.com/magazine/>
3. Журнал «Академія гостинності». URL: <http://hotel-rest.com.ua/> 6
4. Журнал «Ресторатор». URL: <https://www.restorator.ua/magazine>
5. Інтернет портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua/>
6. Офіційний сайт ділового журналу «Бізнес». URL: <https://business.ua/>

III. КРИТЕРІЇ ТА ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДЕЙ ВСТУПНИКА

Для вступника, який претендує на зарахування для здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр», «Магістр» та ОКР «Спеціаліст» (за 200 бальною шкалою) слід обрати одну правильну відповідь на тестове завдання, що оцінюється за двома блоками (табл.1).

Блок А – за правильну відповідь вступник отримує 3 бали, а неправильну – 0 балів (максимальна кількість балів: 25 тестових завдань x 3 бали = 75 балів);

Блок Б – за правильну відповідь вступник отримує 5 балів, а неправильну – 0 балів (максимальна кількість балів: 25 тестових завдань x 5 балів = 125 балів);

Таблиця 1

Шкала оцінювання

Рівень знань	Кількість вірних відповідей	Рейтингові бали
Блок А (3 бали за 1 вірну відповідь, мах = 75 балів)	1	3
	2	6
	3	9
	4	12
	5	15
	6	18
	7	21
	8	24
	9	27
	10	30
	11	33
	12	36
	13	39
	14	42
	15	45
	16	48
	17	51
	18	54
	19	57
	20	60
	21	63
	22	66
	23	69
	24	72
	25	75
Блок Б (5 балів за 1 вірну відповідь, мах = 125 балів)	26	80
	27	85
	28	90
	29	95
	30	100
	31	105
	32	110
	33	115

	34	120
	35	125
	36	130
	37	135
	38	140
	39	145
	40	150
	41	155
	42	160
	43	165
	44	170
	45	175
	46	180
	47	185
	48	190
	49	195
	50	200

Прохідний бал становить – 100. До участі у конкурсі не допускається якщо вступник не знає значної частини програмного матеріалу (0-99 балів).