

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 р.

Голова приймальної комісії

\_\_\_\_\_ І. С. Бондар

**ПРОГРАМА**  
**ДОДАТКОВОГО ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ**  
**для отримання освітнього ступеня МАГІСТР**

<b>ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ</b>	<b>24 «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»</b>
<b>СПЕЦІАЛЬНІСТЬ</b>	<b>241 «Готельно-ресторанна справа»</b>
<b>КВАЛІФІКАЦІЯ</b>	<b>Магістр з готельної і ресторанної справи, професіонал з готельної і ресторанної справи</b>

Обговорено і схвалено  
на засіданні кафедри  
готельно-ресторанного бізнесу,  
протокол № 15 від 09.01.2018 р.

Укладачі: Русавська В. А., зав. кафедри, проф.  
Батченко Л. В., доктор екон. наук, проф.  
Завадинська О. Ю., канд. техн. наук, доц.  
Ворошилова Г. О., канд. екон. наук, доц.  
Дьяченко Р. В., канд. мистецтвознавства, ст. викл.  
Верезомська І. Г., канд. екон. наук, доц.

Програму обговорено і схвалено на засіданні кафедри готельно-ресторанного бізнесу 09 січня 2018 р., протокол № 15.

## ВСТУП

Програма додаткового фахового вступного випробування є навчально-методичним документом, який визначає мету, зміст, і порядок проходження додаткового фахового вступного випробування для здобуття освітнього ступеня «Магістр», галузі знань 24 «Сфера обслуговування» за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа». Метою програми є надання допомоги абітурієнтам щодо підготовки до вступних іспитів на перший курс ОС «Магістр».

Згідно Правил прийому КНУКіМ на навчання на перший курс спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» для здобуття ОС «Магістр» приймаються абітурієнти, які здобули ОС «Бакалавр» та ОКР «Спеціаліст» інших спеціальностей.

Програма додаткового фахового вступного випробування для здобуття освітнього ступеня «Магістр», за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа» містить у собі опис наступних навчальних дисциплін:

- «Ресторанна справа»;
- «Готельна справа»;
- «Економіка готельно-ресторанного і туристичного бізнесу»;
- «Менеджмент»;
- «Маркетинг»;
- «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»;
- «Маркетинг, реклама та PR готельного-ресторанного бізнесу».

Додаткове фахове вступне випробування проводиться за наступним порядком. Спочатку абітурієнти отримують індивідуальні стандартні бланки для внесення своїх відповідей на тестові завдання і окремо бланки з тестовими завданнями. Викладач-екзаменатор пояснює порядок заповнення бланку оцінювання знань, на якому абітурієнти вказують прізвище з ініціалами, варіант завдання, дату проведення тестування.

Надалі абітурієнти самостійно працюють над розв'язанням тестів, проставляючи номер обраної відповіді на кожне з тестових завдань до відповідної клітинки поряд з номером запитання.

Тестові завдання складаються з двох компонентів:

- запитальної (змістовної) частини;
- 4 варіантів відповідей до кожного тестового завдання.

Програма додаткового фахового вступного випробування для здобуття освітнього ступеня «Магістр», галузі знань 24 «Сфера обслуговування» за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа» містить питання з дисциплін циклу професійної та практичної підготовки, які вивчалися студентами в університеті впродовж чотирьох навчальних років. Вона включає питання, вивчення яких демонструє спроможність студентів вирішувати практичні завдання професійної діяльності на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу та здійснювати в них організаційні, управлінські, економічні та виробничі процеси.

Під час підготовки до додаткового фахового вступного випробування для здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа» і в процесі його проведення рекомендується користуватися даною програмою та законодавчими актами, нормативно-технічними документами, що регламентують діяльність підприємств готельного і ресторанного бізнесу.

## ЗМІСТ ПРОГРАМИ

### 1. «РЕСТОРАННА СПРАВА»

Індустрія гостинності та місце в ній ресторанного господарства. Сучасний стан та перспективи розвитку ресторанного господарства в Україні. Індустрія гостинності, її структура та місце в ній ресторанного господарства. Сутність та особливості розвитку індустрії гостинності на сучасному етапі розвитку економіки України. Ресторанне господарство в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку. Функції, особливості та соціально-економічне значення галузі ресторанного господарства в Україні.

Класифікація закладів ресторанного господарства за різними ознаками. Поділ закладів ресторанного господарства за видами економічної діяльності на групи у відповідності до ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація». Характеристика основних типів закладів ресторанного господарства. Характеристика типів та класів закладів ресторанного господарства.

Характеристика та класифікація послуг, загальні вимоги що висуваються до послуг закладів ресторанного господарства. Нормативно-правові документи, що встановлюють класифікацію послуг, загальні вимоги до якості та безпеки послуг, що здійснюються у сфері ресторанного господарства. Характеристики послуги як товару, що надаються споживачам в ресторанному бізнесі. Види послуг, які надаються споживачам закладами ресторанного господарства різних типів та класів та громадянами підприємцями. Вимоги до безпеки та екологічності послуг.

Планування постачання сировини і продовольчих товарів до закладів ресторанного господарства. Розрахунок потреби закладу ресторанного господарства у сировині і продовольчих товарах. Планування постачання сировини і продовольчих товарів до закладів ресторанного господарства. Розрахунок потреби різних типів закладів ресторанного господарства у сировині та напівфабрикатах із застосуванням різних методів (статистичний, розрахунковий, нормативний). Розрахунок продовольчого балансу закладів ресторанного господарства. Організація приймання товарів за кількістю і якістю.

Характеристика основних видів і форм постачання продовольчими товарами, засобами матеріально-технічного призначення закладів ресторанного господарства. Вимоги щодо транспортування харчових продуктів. Характеристика основних видів, форм і джерел постачання продовольчими товарами. Форми постачання сировини і продовольчих товарів до закладів ресторанного господарства. Способи доставки сировини і продовольчих товарів до закладів ресторанного господарства. Табу на приймання до закладів ресторанного господарства певних продовольчих товарів. Служби контролю якості продуктів і товарів матеріально-технічного призначення у закладах ресторанного господарства.

Організація роботи складського господарства закладів ресторанного господарства. Функції і призначення складського господарства. Види і структура складських приміщень. Вимоги до режиму зберігання сировини і напівфабрикатів, відходів, тари та предметів матеріально-технічного призначення. Вимоги до температурного режиму зберігання сировини; напівфабрикатів; відходів; тари; об'ємно-планувальні вимоги до складських приміщень. Санітарно-гігієнічні та об'ємно-планувальні вимоги до складських приміщень. Устаткування та інвентар складських приміщень. Організація роботи складського господарства і шляхи її раціоналізації. Товарні втрати та їх характеристика. Функції і призначення складського господарства. Види і структура складських приміщень, їх класифікація. Організація роботи складського господарства. Склад тарного господарства і класифікація тари. Структура складських приміщень закладів ресторанного господарства, які працюють на сировині; на напівфабрикатах.

Оперативне планування виробництва та його стадії. Основні функції оперативного планування виробництва у закладах ресторанного господарства. Стадії оперативного планування виробництва та їх характеристики. Види виробничих програм в закладах ресторанного господарства, їх характеристика та порядок їх складання. Види меню та вимоги щодо його створення у закладах ресторанного господарства різних типів і класів. Порядок складання меню. Характеристика структури меню відповідно до типу і класу закладів ресторанного господарства.

Модель розрахунку середньоденної кулінарної продукції за структурою. Кулінарні цехи як структурні підрозділи торговельних закладів. Види кулінарної продукції та її основні ознаки. Модель розрахунку середньоденної кількості кулінарної продукції. Модель розрахунку

середньоденної кількості кулінарної продукції за структурою. Розрахунок кількості сировини для виконання виробничої програми.

Організація роботи і робочих місць в гарячому цеху закладу ресторанного господарства. Асортимент вироблюваної продукції і правила її реалізації. Організація роботи, структура і особливості виробничих процесів і робочих місць у гарячих цехах закладів ресторанного господарства. Розрахунок витрат часу на виконання виробничої програми в гарячому цеху. Моделювання виробничого процесу за допомогою методу сіткового планування і управління виробництвом. Побудова сіткових матриць. Асортимент вироблюваної продукції і правила її реалізації.

Організація роботи і робочих місць в м'ясо-рибному цеху закладів ресторанного господарства. Асортимент напівфабрикатів і вимоги до їх якості. Організація роботи і робочих місць в заготівельних м'ясо-рибному цехах закладів ресторанного господарства. Асортимент напівфабрикатів, що виробляються у заготівельних м'ясо-рибному цехах. Характеристика устаткування та інвентарю заготівельних цехів. Характеристика професійно-кваліфікаційних вимог, що висуваються до виробничого персоналу заготівельних цехів.

Організація роботи і робочих місць в овочевих цехах закладів ресторанного господарства. Асортимент напівфабрикатів овочевих цехів та вимоги до їх якості. Організація виробництва овочевих напівфабрикатів в овочевих цехах при централізованому та децентралізованому їх виробництві. Розрахунок виробничої програми в овочевих цехах закладів ресторанного господарства. Розрахунок витрат часу на виконання виробничої програми в овочевих цехах закладів ресторанного господарства. Асортимент напівфабрикатів овочевих цехів та вимоги до їх якості.

Характеристика матеріально-технічної бази закладів ресторанного господарства для здійснення процесів обслуговування споживачів. Загальна характеристика матеріально-технічної бази для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства різних типів та форм власності. Характеристика приміщень для споживачів в закладах ресторанного господарства. Інтер'єр залів закладів ресторанного господарства і вимоги до їх оформлення. Характеристика роздавальні, буфету та підсобних приміщень закладів ресторанного господарства. Характеристика посуду; наборів; столової білизни закладів ресторанного господарства і вимоги, що висуваються до них. Характеристика етапів підготовки предметів матеріально-технічного призначення до обслуговування споживачів. Види сервірування столів. Розрахунок необхідних аксесуарів сервірування.

Способи і правила подавання страв у закладах ресторанного господарства. Правила подавання холодних страв і закусок; гарячих закусок; супів; основних других страв; гарячих та холодних десертів; кондитерських виробів в закладах ресторанного господарства при індивідуальному та гуртовому обслуговуванні. Правила подавання напоїв, в тому числі власного виробництва, при індивідуальному та гуртовому обслуговуванні. Правила подавання алкогольних та безалкогольних напоїв в закладах ресторанного господарства різних типів і класів. Правила еногастрономічних поєднань та їх розвиток у сучасних умовах ведення ресторанного бізнесу.

Організація підготовки та обслуговування бенкету за столом з частковим обслуговуванням офіціантами. Особливості складання меню. Структура підготовчої роботи до організації обслуговування бенкетів за столом з частковим обслуговуванням офіціантами. Методика розрахунку площі приміщення для бенкету у відповідності до необхідної довжини і кількості бенкетних столів для гостей, в т.ч. для почесних; методика розрахунку кількості і статі офіціантів, із визначенням розряду і розподілу роботи. Техніка складання меню відповідно до особливостей подій та обґрунтування вибору алкогольних напоїв до страв. Методика розрахунку кількості предметів індивідуального сервірування із зазначенням місткості для бенкету. Визначення зон обслуговування офіціантів та черговості обслуговування учасників бенкету.

Дипломатичні прийоми, їх класифікація та загальна характеристика. Класифікація дипломатичних прийомів. Характеристика денних та вечірніх видів бенкетів-прийомів. Організація підготовчої роботи з влаштування бенкетів-прийомів. Вимоги до складання схеми розміщення гостей за столами на бенкетах-прийомах. Особливості складання меню для бенкетів-прийомів. Підготовка приміщень до проведення бенкетів-прийомів. Особливості сервірування столів на бенкетах-прийомах. Організація подавання аперитиву та обслуговування гостей на бенкетах-прийомах.

Організація підготовки та обслуговування бенкету-фуршету. Особливості подання страв. Організація підготовчої роботи та обслуговування бенкету-фуршету. Варіанти сервірування столів склом на бенкетах-фуршетах. Особливості підготовки та обслуговування гостей на бенкеті – фуршеті – десерті, учасників бенкету-коктейлю-фуршету в закладах ресторанного господарства.

Особливості підготовчої роботи та організації обслуговування на бенкеті-коктейлі. Організація підготовчої роботи та обслуговування бенкеті-коктейлі. Варіанти сервірування столів склом на бенкеті-коктейлі. Особливості підготовки та обслуговування учасників бенкету-коктейлю-фуршету в закладах ресторанного господарства.

Кейтеринг як самостійний вид бізнесу у ресторанному господарстві. Сутність та класифікація кейтерингового обслуговування. Сутність і класифікація кейтерингового обслуговування. Види заходів та номенклатура кейтерингових послуг. Характеристика матеріально-технічного забезпечення кейтерингового обслуговування. Характеристика і особливості підбору персоналу служби кейтерингу. Особливості організації підготовки і здійснення кейтерингового обслуговування.

Особливості обслуговування учасників з'їздів, конференцій, нарад за місцем їх мешкання (в готельних комплексах). Особливості обслуговування учасників з'їздів, конференцій, нарад за місцем їх мешкання (в готельних комплексах). Номенклатура послуг, що пропонується учасникам культурних, ділових і громадських заходів за місцем мешкання. Особливості складання меню бізнес-ланчу, кави-брейк, ланчу, бізнес-ланчу, бізнес-бранчу та сніданку, обіду, вечері, повного раціону харчування за місцем їх мешкання (в готельних комплексах).

Характеристика закладів ресторанного господарства при готелі і особливості обслуговування в них споживачів. Характеристика закладів ресторанного господарства при готелі. Організація сніданків і їх різновиди для організації обслуговування мешканців готелю. Організація «шведського столу (лінії)» для обслуговування мешканців готелю. Особливості обслуговування в номерах готелю. Характеристика видів сніданків. Особливості меню для певних видів сніданків і особливості їх організації в закладах ресторанного господарства при готелях. Заходи з підготовчої роботи до організації та обслуговування певних видів сніданків і особливості їх організації в закладах ресторанного господарства при готелях. Організація харчування іноземних туристів у закладах ресторанного господарства та у дорозі.

Сутність, мета і завдання наукової організації праці в ресторанному господарстві, основні її напрями розвитку в сучасних умовах функціонування закладів ресторанного господарства. Наукова організація праці як головний фактор забезпечення раціональної організації праці. Завдання наукової організації праці. Графіки виходу на роботу персоналу закладів ресторанного господарства. Організаційно-технічні заходи щодо поліпшення використання робочого часу та раціоналізації організації праці в закладах ресторанного господарства.

## **2. «ГОТЕЛЬНА СПРАВА»**

Історія розвитку світового готельного господарства.

Історія розвитку світового готельного господарства в стародавні часи, історичні періоди: древній період (IV тис. до н.е. - 476 рік н.е.); період середньовіччя (V-XV віки н.е.); новий час (XVI ст. - початок XX ст.). Взаємозв'язок розвитку туризму з розвитком готельного господарства. Відкриття нових земель в Європі та інших континентах світу і вплив цього процесу на будівництво різних засобів розміщення. Перші готелі в Стародавній Греції, Римі, Ірані, Єгипті та їх особливості. Історія розвитку світового готельного періоду християнської ери. Значення релігії різних народів на розвиток готелів. Історія розвитку готельного господарства в стародавній Русі. Період татаро-монгольського іґа та визвольний війн стародавньої Русі. Початок розвитку засобів розміщення «ямб», «ямів», значення «Ямського наказу» для організації «ямів», постійний і гостинних дворів «Чумацький шлях».

Сучасний підхід до класифікації підприємств готельного господарства. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. ДСТУ 4269:2003. Національний стандарт України. Послуги туристичні. Класифікація готелів. ДСТУ 4527:2006. Національний стандарт України. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. Критерії класифікації підприємств готельного господарства: за режимом функціонування, за призначенням, за місцезнаходженням, за місткістю, за контингентом відпочиваючих, за терміном перебування та рівнем цін на проживання, за рівнем комфорту. Характеристика транзитних, курортних, готелів ділового призначення та сімейного відпочинку. Фактори, що впливають на типізацію підприємств

готельного господарства. Характеристика основних типів підприємств готельного господарства. Типізація готелів в зарубіжних країнах. Вимоги до готелів усіх категорій. Характеристика готелів 1, 2, 3, 4, 5 зірок. Французька національна система класифікації готелів. Німецька національна класифікація готелів. Альтернативна класифікація підприємств готельного господарства США. Організація обслуговування у готелях різних категорій.

Типи та категорії номерів. ДСТУ 4527:2006. Національний стандарт України. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. Основні типи та категорії номерів. Аббревіатура номерів. Аббревіатура та значення типів тарифів.

Функціональна організація приміщень готельного господарства. Розподіл приміщень готельного господарства на групи, їх склад та основне призначення. Функціональна організація житлової групи приміщень. Організація коридорів, холів, віталень. Організація приміщень для обслуговуючого персоналу. Організація не житлової групи приміщень. Організація адміністративної групи приміщень. Організація приміщень загального користування. Організація приміщень побутового, господарського і складського призначення.

Культура обслуговування в готельному господарстві. Суть психології обслуговування в готельному господарстві. Основні принципи спілкування персоналу з проживаючими готелю. Основні етичні вимоги до працівників готельної індустрії. Мовний етикет. Телефонний етикет. Стиль обслуговування гостей. Основні правила ведення телефонних переговорів. Вимоги, які висуваються до зовнішнього вигляду та особовій гігієні персоналу готелю.

Організація роботи поверхового персоналу готелю. Персонал, який забезпечує приймання і обслуговування на поверсі, його обов'язки і посадові інструкції. Функції поверхової служби: забезпечення обслуговування туристів в номерах, виконання санітарно-гігієнічних вимог по утриманню житлових приміщень, забезпечення належного рівня комфорту, надання побутових послуг тощо. Підготовка номерів до заселення. Приймання і розміщення проживаючих. Вимоги до обслуговуючого персоналу в індустрії гостинності в різних категоріях готелів.

Технологія прибиральних робіт у житлових групах приміщень. Види технологічних циклів: основний, обслуговуючий, допоміжний. Технологічні операції та їх послідовність при здійсненні прибиральних робіт (за індивідуальною чи бригадною формами роботи покоївок). Види прибиральних робіт. Підготовка поверхів до заселення. Санітарно-гігієнічні вимоги до утримання житлових приміщень. Матеріали, механізми та інвентар, що застосовуються під час прибирання. Технологія здійснення прибирання житлової частини номеру. Технологія здійснення прибирання сан. вузлів. Техніка безпеки при проведенні прибирання. Технологія прибиральних робіт у нежитлових групах приміщень (вестибюль, конференс зали, санвузли загального користування). Технологія прибирання прилеглої території готелю, в різні пори року. Дії персоналу готелю у випадках пожежі. Поведінка персоналу в екстремальних ситуаціях.

Організація роботи служби приймання та обслуговування в готелі. Структура і функції служби приймання та обслуговування в готелі. Кадровий склад служби. Принципи організації роботи працівників служби. Кваліфікаційні характеристики працівників СПО. Посадові обов'язки працівників СПО.

Технологічні цикли та операції, послідовність їх виконання СПО. Технологія розміщення різних категорій громадян. Інструкція про порядок ведення документообігу в готелях України. Технологія роботи служб готелів по прийманню і розміщенню споживачів готельних послуг. Технологія оформлення розрахунків за бронювання, проживання та послуги.

Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг. Загальні положення. Інформація про послуги. Порядок бронювання номерів (місць), укладання договору на готельне обслуговування та оплати послуг. Порядок надання послуг. Відповідність готелю і споживачів за невиконання обов'язків під час надання готельних послуг. Контроль за дотриманням Правил.

Організація надання додаткових послуг у підприємстві готельного господарства. Поняття основних і додаткових послуг в готелі. Характеристика готельних послуг. Особливості готельних послуг. Форми надання послуг в готелі. Послуги, що надаються підприємствами і організаціями на підставі оренди приміщень в готелі. Договір на оренду приміщень готелю. Послуги, що надаються підприємствами і організаціями міста на основі договорів, укладених з ними. Послуги посередницького характеру. Послуги платні і безплатні. Оплата додаткових послуг. Значення додаткових послуг у підвищенні рентабельності і рівня комфорту готелю.

### **3. «ЕКОНОМІКА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ»**

Підприємство як суб'єкт та об'єкт ринкових відносин. Економічні обмеження при створенні та діяльності підприємства і їх суть та зміст. Організація державного регулювання діяльності підприємств. Методи державного регулювання діяльності підприємств. Класифікація підприємств по різних ознакам.

Ринкова інфраструктура підприємства та її характеристика. Мета функціонування підприємства на ринку товарів та послуг.

«Крапка беззбитковості» та методи її визначення. «Крапка мінімальної прибутковості» та методика її визначення.

Цілі та завдання діяльності підприємства та їх характеристика. Цільова функція підприємства в умовах переходу на ринкові умови.

Планування, як інструмент обґрунтування стратегії діяльності підприємства. Виробнича програма підприємства, її зміст та завдання. Методи планування виробничої програми підприємства. Виробнича потужність та її сутність.

Продукція підприємства та її класифікація по різних ознакам. Показники обсягів діяльності підприємства та їх характеристика. Визначення оптимальних обсягів виробництва продукції та критерії оптимальності. Матеріально-технічне забезпечення, його сутність та завдання. Виробничий запас підприємства, його сутність та види.

Сировинна база та її складові частини.

Збутова діяльність підприємства.

Основні фонди підприємства та їх склад. Класифікація основних фондів по різних ознакам. Амортизація основних фондів: її сутність та значення. Знос основних фондів та його види. Показники ефективності використання основних фондів та методи їх розрахунку. Оборотні фонди підприємства та їх склад. Класифікація оборотних фондів по різних ознакам.

Майнові ресурси підприємства. Фінансові ресурси (капітал) підприємства.

Трудові ресурси, їх характеристика та класифікація. Продуктивність праці, методи її визначення та чинники, які на нею впливають. Ефективність праці та методи її визначення.

Система оплати праці робітників та особливості її застосування в сучасних умовах. Форми оплати праці робітників та їх характеристика. Методика розрахунку фонду оплати праці на підприємстві. Погодинна форма оплати праці та особливості її застосування. Відрядна форма оплати праці та особливості її застосування. Фонд оплати праці підприємства та її склад. Стимулювання праці робітників та її сутність. Державне регулювання оплати праці на Україні.

Валовий дохід підприємства, його сутність, склад та джерела отримання. Ціна, її економічний зміст та класифікація по різних ознакам. Методи встановлення цін на підприємстві. Стратегії ціноутворення їх види та характеристика. Валові витати підприємства та їх склад. Собівартість продукції, її характеристика та склад. Калькуляція собівартості продукції, її сутність та види. Методи планування валових витрат підприємства.

Прибуток підприємства та його економічна сутність. Функції, види прибутку підприємства та їх характеристика. Розподіл чистого прибутку підприємства. Основні напрямки розподілу капіталізованої частини прибутку. Основні напрямки розподілу споживчої частини прибутку. Планування прибутку підприємства та його методи.

Фінансово-майновий стан підприємства. Сутність понять ліквідності та платоспроможності, фінансової стійкості підприємства.

Ефективність діяльності та методичні засади її оцінки.

### **4. «МЕНЕДЖМЕНТ»**

Менеджмент як соціальне управління. Цілі і задачі курсу, його місце в навчальних планах, зв'язок курсу з іншими дисциплінами. Предмет курсу, його структура і зміст.

Сутність менеджменту, зміст поняття менеджменту. Методологічні основи менеджменту. Характерні ознаки і стадії менеджменту. Менеджмент як система. Основні ознаки і закономірності менеджменту.

Закони, закономірності та принципи управління. Закони і закономірності в управлінні. Поняття та еволюція принципів управління. Методологічні підходи до розробки принципів управління. Сучасні принципи управління. Принципи управління і принципи бізнесу.

Менеджер в соціально-економічній системі. Менеджер в організації. Класифікація груп менеджерів. Особливості управлінської праці. Менеджер як професія. Модель сучасного менеджера, критерії ефективності діяльності менеджера.

Генезис менеджменту. Доіндустріальні концепції управління. Формування основ менеджменту та еволюція управління як наукової дисципліни. Школа наукового управління. Розвиток менеджменту послідовниками Ф.У.Тейлора. Формування адміністративної (класичної) школи управління. Представники класичної школи управління та їх внесок в розвиток менеджменту. Виникнення і розвиток школи людських відносин. Школа поведінських наук, біхевіористичне напруження в менеджменті. Сучасні підходи і теорії управління.

Планування як функція менеджменту. Сучасні функції менеджменту, їх сутність і еволюція розвитку. Взаємозалежність і взаєморозвиток функцій менеджменту. Зміст, цілі і задачі планування, види планів, форми планування. Сутність стратегії підприємства і порядок її розробки, їх визначення і вибір. Етапи стратегічного планування. SWOT-аналіз. Особливості стратегій різних типів підприємств. Організація реалізації стратегічного плану. Тактичне планування. Бар'єри на шляху планування і способи їх ліквідації.

Організація як функція менеджменту. Сутність і зміст функції менеджменту – організація. Зовнішнє і внутрішнє середовище організації, основні елементи. Особливості організаційних структур управління підприємством, їх класифікація, роль і значення у внутрішньофірмовому менеджменті. Норми управляємості, департаментизація, централізація і децентралізація. Методика проектування організації. Цілі в управлінні організацією. Порядок формування і встановлення цілей.

Мотивація діяльності як функція менеджменту. Сутність мотивації, її місце і роль у процесі управління. Основні елементи мотиваційного процесу: рушійні сили, потреби, мотив, мотивування. Стимули, стимулювання, винагорода. Системи компенсації. Мотиваційний процес. Основні стадії та їх характеристика. Еволюція теорій мотивації. Змістовні і процесуальні теорії мотивації, їх засновники та основний зміст.

Контроль в управлінні. Роль контролю в процесі управління, його види і методи. Сутність і зміст основних етапів контролю. Організаційні аспекти управлінського контролю. Система контролю на підприємстві. Внутрішній і зовнішній контроль. Реакція на зовнішній контроль. Психологічні аспекти проведення контролю. Основні принципи ефективного контролю. Система якості в контролюючій системі. Організація діяльності підприємства під час контрольних перевірок з боку зовнішнього середовища. Етапи контрольної перевірки.

Процес прийняття та організації виконання управлінських рішень. Поняття управлінських рішень, їх сутність і роль у процесі управління. Підходи до прийняття рішень. Види рішень. Основні етапи розробки та прийняття управлінських рішень. Структуризація процесу розробки та прийняття складних управлінських рішень. Рівні прийняття управлінських рішень. Основні моделі і методи прийняття рішень. Особливості і методика групового прийняття рішень. Оцінка ефективності прийнятих рішень. Психологічні аспекти утворення групи для прийняття рішень. Творчість та інтуїція керівника при розробці і прийнятті рішень.

## **5. «МАРКЕТИНГ»**

Маркетинг як концепція ринкового управління. Етимологія слова «маркетинг». Хронологія виникнення та розвитку маркетингу. Сутність маркетингу та його визначення. Підходи до розуміння предмета маркетингу. Еволюція концепцій маркетингу. Сутність виробничої, товарної, збутової, суто маркетингової та сучасної його концепцій. Концепція пасивного (епізодичного, або інструментального), організаційного та активного (стратегічного) маркетингу. Тенденції розвитку сучасної концепції маркетингу. Принципи, завдання та функції маркетингу. Система засобів маркетингу. Види сучасного маркетингу. Основні поняття маркетингу. Система засобів маркетингу та їхня структура (концепція «4Р»). Поняття “marketing-mix”.

Маркетингове середовище: структура та дослідження. Чинники маркетингового середовища. Макросередовище та його структура. Мікросередовище та технологія дослідження її складових. Навколишнє середовище маркетингу (зовнішнє та внутрішнє). Сили й умови зовнішнього середовища (регулюючі, економічні, технологічні, екологічні, конкурентні, соціальні). Фактори внутрішнього середовища (власники, менеджери, робітники та службовці, структурні підрозділи). Маркетингові дослідження навколишнього середовища як головна

передумова успішного маркетингу (дослідження кон'юнктури й місткості ринку, конкурентного середовища, поведінки споживачів, мікросередовища фірми). Роль конкуренції на ринку. Дослідження споживачів та процес прийняття рішень про покупку. Дослідження товарних ринків.

Маркетингова товарна політика. Сутність маркетингової товарної політики та її структура. Маркетингова концепція товару. Поняття «маркетинг-мікс». Концепція життєвого циклу продукції та характеристика його основних етапів. Маркетингові дії на різних етапах життєвого циклу продукції. Можливі варіанти кривих життєвого циклу продукції. Товарний асортимент і товарна номенклатура. Конкурентоспроможність продукції. Сутність поняття «новий продукт». Три рівні створення товару (товар за задумом, у реальному виконанні, товар з підкріпленням).

Маркетинг інновацій та бренд-менеджмент. Головні атрибути товару: користь від нього, властивості, упаковка, унікальність, популярність, імідж, якість, фабрична марка, умови поставки, ремонтпридатність, монтаж, сервіс, гарантії, ціна. Управління торговельною маркою: принципи, стратегії, підходи. Алгоритм планування нової продукції та характеристика його основних етапів. Причини невдач нової продукції на ринку.

Маркетингова цінова політика та методи маркетингового ціноутворення. Сутність та роль маркетингової цінової політики. Алгоритм маркетингового розрахунку цін та характеристика його основних етапів. Сутність та особливості використання методів прямого ціноутворення. Методи непрямого ціноутворення (сутність та зміст): кредитна політика; політика кондицій; політика знижок. Маркетингові політики управління цінами (сутність, зміст та умови використання). Цінові політики: «зняття вершків»; поступове зниження цін; проникнення на ринок; диференціювання цін; «престижні» ціни; традиційне ціноутворення; «психологічне» ціноутворення; «шикування» цін; послідовне проходження сегментів ринку; політики «збиткового лідера»; еластичних та стабільних цін; переважних цін; виживання; політика цін на товари; зняті з виробництва.

Маркетингова політика комунікацій. Сутність маркетингової політики комунікацій. Основні елементи комплексу маркетингових комунікацій. Алгоритм планування комплексу маркетингових комунікацій та характеристика його основних етапів.

Маркетингова політика розподілу. Сутність, завдання, функції та елементи маркетингової політики розподілу. Канали розподілу продукції: сутність, актуальність, види та основні характеристики. Функції каналів розподілу та основні проблеми їх формування. Алгоритм формування маркетингових каналів розподілу (характеристика етапів). Посередницька діяльність у каналах розподілу: сутність, принципи. Класифікація посередницьких підприємств та організацій, їх основні типи. Основні аспекти управління каналами розподілу: визначення цілей та стратегій діяльності; розробка системи оплати праці посередників; навчання й підготовка посередників; оцінка результатів діяльності посередницьких підприємств та організацій. Конфлікти в каналах розподілу та методи їх ліквідації. Вертикальні маркетингові системи. Оцінювання каналів розподілу. Маркетингова політика розподілу й логістика.

Маркетингові дослідження в системі стратегічної орієнтації бізнесу. Маркетингові дослідження в системі стратегічної орієнтації бізнесу. Сутність та система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація. Навколишнє бізнес-середовище та мікросередовище підприємства як об'єкти маркетингових досліджень. Концепція системи маркетингової інформації. Схема маркетингового дослідження. Методи кількісних досліджень. Маркетингові дослідження ринку. Маркетингові дослідження підприємства. Стратегічне планування бізнесу. Маркетинговий процес. Дослідження попиту, тенденцій розвитку ринку. Методи якісних досліджень. Дослідження конкурентного середовища. Оцінка інтенсивності конкурентної боротьби. Прогноз маркетингової діяльності. Стратегія, планування і контроль у маркетингу. Стратегічне планування в корпорації і підрозділі. Маркетинговий контроль.

## **6. «МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»**

Менеджмент готельно-ресторанного господарства, його сутність та характерні ознаки. Менеджмент в готельно-ресторанному господарстві як наукова і практична діяльність та навчальна дисципліна, її зміст, структура, взаємозв'язок із суспільними і спеціальними дисциплінами. Заклад готельного (ресторанного) господарства та готельно-ресторанний комплекс як об'єкт управління. Управлінські функції менеджера в готельно-ресторанному господарстві. Вимоги до сучасного менеджера.

Функціональна спеціалізація управління в закладах готельно-ресторанного господарства.

Класифікація функцій менеджменту. Основні (загальні) та спеціальні функції менеджменту, їх взаємозв'язок. Сутність і зміст функції планування й прогнозування. Характеристика факторів, що впливають на процес планування. Принципи планування. Рівні планування діяльності закладів готельно-ресторанного господарства. Функція організації як базисна функція менеджменту, її зміст та напрями реалізації в закладах готельно-ресторанного господарства. Координування як функція забезпечення ритмічної роботи закладу, умови її виконання. Функція мотивації (стимулювання) її сутність і значення, порядок та напрями реалізації в закладах готельно-ресторанного господарства. Характеристика теорій мотивації. Функція контролю як форма зворотного зв'язку від підрозділів закладу до органів управління. Характеристика і класифікація спеціальних (конкретних) функцій менеджменту в закладах готельно-ресторанного господарства. Співвідношення і взаємозв'язок функцій менеджменту в управлінських системах різних рівнів.

Проектування робіт в закладах готельно-ресторанного господарства. Концепції «організації праці» та «проектування робіт» у закладах готельно-ресторанного господарства, 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 господарства. Особливості проектування робіт окремих категорій працівників готельного та ресторанного господарства.

Функціональна структура сучасних готельних-ресторанних комплексів. Поняття та різновиди комплексних підприємств в готельно-ресторанному господарстві. Організаційно-функціональна структура готельних комплексів різних типів і місткості. Класифікація служб, підрозділів та посад в готельному комплексі за характером отримання доходу (прямий і непрямий дохід) та наявності контакту з гостям. Зміст управління основними службами готелю та ресторану при готелі. Завдання управління підрозділами, що надають додаткові сервісні послуги. Організація вищої управлінської ланки готельного комплексу та особливості управління його функціональними підрозділами.

Методи і стилі менеджменту в закладах готельно-ресторанного господарства. Сутність методів менеджменту, їх зміст і зв'язок з функціями управління. Значення системи методів менеджменту в роботі закладів готельно-ресторанного господарства. Мотиваційна природа методів менеджменту. Класифікація методів менеджменту, їх взаємозв'язок. Економічні методи менеджменту, їх значення та напрями використання в закладах готельно-ресторанного господарства. Зміст економічних методів менеджменту. Організаційно-розпорядчі (адміністративні) методи менеджменту. Характеристика методів організаційного впливу: організаційне регламентування. Особливості регламентування в закладах готельно-ресторанного господарства. Розпорядчий вплив і форми його застосування: накази, розпорядження, вказівки. Цілі, задачі та форми використання соціально-психологічних методів менеджменту. Стилi управління. Основні види, їх сутність і особливості застосування.

Соціально-психологічні аспекти управління в закладах готельно-ресторанного господарства. Формування груп і управління ними. Групова динаміка і керівництво колективом групи. Значення груп у процесі управління. Формальні і неформальні групи та їх характеристика. Аспекти підвищення ефективності діяльності групи. Влада і вплив: форми та основні ознаки. Авторитет керівника в процесі формування колективу. Лідерство як соціально-економічне явище, сутність і визначення в процесі управління групою. Конфлікти: сутність, види і типи. Причини виникнення. Методи та стилі управління конфліктами. Профілактика стресів. Управління стресами.

Методологічні аспекти управління персоналом в закладах готельно-ресторанного господарства. Управління людськими ресурсами. Людський фактор і його роль в розвитку закладу готельно-ресторанного господарства. Трудовий потенціал закладу: поняття і структура. Система управління людськими ресурсами. Персонал закладу готельно-ресторанного господарства і управління ним. Зміст поняття “персонал”, його класифікація. Система управління персоналом в закладах готельно-ресторанного господарства. Напрями і методи управління персоналом. Концепції управління персоналом в сучасних умовах.

Напрями роботи системи управління персоналом. Організація набору та відбору персоналу в закладах готельно-ресторанного господарства. Методи комплектування штату. Процедура набору і відбору персоналу, первинна оцінка персоналу. Сутність і роль оцінки персоналу в закладах готельно-ресторанного господарства. Цілі і методи оцінки. Сутність атестації персоналу.

Розвиток персоналу як обов'язкова умова успішного функціонування сучасного закладу готельно-ресторанного господарства. Кар'єра: сутність поняття і роль в процесі розвитку персоналу. Процес управління кар'єрою, типові моделі кар'єри. Робота з резервом керівників: основні етапи і методи роботи з резервом. Управління процесом звільнення працівників. Принципи і методи звільнення. Ефективність управління персоналом.

## **7. «МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА ТА PR ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»**

Соціально-економічна сутність маркетингу. Принципи та функції маркетингу. Специфіка маркетингу в індустрії гостинності. Роль маркетингу в економіці. Філософія маркетингу. Хронологія виникнення і розвитку маркетингу. Ціль задачі і функції маркетингу. Підходи до визначення маркетингу. Підходи до визначення маркетингу. Основні поняття і визначення маркетингу: нестаток, потреби, запити, товар, обмін, угода, ринок, види попиту.

Еволюція концепцій маркетингу. Концепція соціально-етичного маркетингу та перспективи її використання у готельному та ресторанному господарстві. Еволюція концепцій маркетингу. Сутність концепцій маркетингу: виробничої, товарної, збутовий, маркетингу, соціально-етичного маркетингу. Концепції пасивного, організаційного, стратегічного маркетингу. Тенденції розвитку сучасної концепції маркетингу.

Планування комплексу маркетингу. Загальні концепції планування маркетингу. Структура плану маркетингу. Послідовність розробки плану маркетингу. Аналіз господарчого портфеля. Види стратегій маркетингової діяльності.

Мікросередовище організації та його складові на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Основні фактори мікросередовища фірми. Внутрішнє середовище фірми. Постачальники. Види маркетингових посередників. Типи клієнтурних ринків. Типи конкурентів. Контактні аудиторії: значимість і види.

Охарактеризувати найважливіші чинники макросередовища підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Аналіз потреб і тенденцій макросередовища. Основні фактори макросередовища фірми і її реакція на них. Макросередовище та його структура. Мікросередовище та технологія дослідження її складових. Роль конкуренції на ринку.

Маркетингові дослідження ринку готельно-ресторанних послуг. Класифікація ринку. Формулювання і проблеми визначення мети дослідження. Первинна і вторинна інформація: ситуаційна обумовленість їх використання. Розробка і реалізація плану дослідження. Види технічних засобів, що використовуються в ході маркетингових досліджень. Методи збирання первинної інформації. Статистичні методи в маркетинговому дослідженні. Прогнозування розвитку ринку.

Класифікація методів маркетингових досліджень в готельно-ресторанному бізнесі та їх зміст. Охарактеризувати методи збору маркетингової інформації, визначити їх переваги й недоліки. Обґрунтувати роль маркетингової інформації в забезпеченні ефективності готельно-ресторанного бізнесу.

Рекламні звернення: форми, етапи розробки. Види рекламних звернень. Підготовка рекламних матеріалів для ЗМІ. Механізми розміщення рекламних матеріалів у ЗМІ.

Основні етапи здійснення маркетингового дослідження. Мета маркетингових досліджень у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Концепція системи маркетингової інформації. Схема маркетингового дослідження у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Методи кількісних досліджень. Дослідження попиту, тенденцій розвитку ринку. Методи якісних досліджень. Дослідження конкурентного середовища.

Ефективність реклами та засобів PR. Критерії оцінки ефективності рекламної та PR кампанії. Фактори, які впливають на рівень ефективності рекламного звернення. Методи визначення економічної ефективності рекламної діяльності. Методи аналізу комунікативної ефективності рекламних і PR заходів.

Основні принципи та критерії вибору сегменту ринку. Параметри визначення підприємством найбільш привабливих для себе сегментів ринку. Основні критерії вибору сегменту ринку з їх стислою характеристикою. Альтернативні методи, які використовуються підприємством готельно-ресторанного бізнесу для визначення і задоволення потреб цільового ринку.

Види та характеристика методів опитування. Анкета як метод опитування, структура та правила складання. Характеристика видів відкритих та закритих питань, що використовуються

при складанні анкети. Методи збирання інформації альтернативних запитань, семантичного диференціалу, шкали Лайкерта, асоціативних запитань. Переваги і недоліки таких видів опитування: телефонного, поштового, особистого інтерв'ю, опитування через мережу Інтернет. Відмінності між опитуванням, спостереженням та експериментом у процесі збирання інформації. Роль у процесі збору інформації анкети. Значення відкритих і закритих запитань анкети.

Етапи життєвого циклу товару (послуги) та цілі маркетингу на кожному з них. Управління життєвим циклом товару (послуги) на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Етапи життєвого циклу товарів (послуг). Концепція життєвого циклу товару і характеристика основних етапів. Маркетингові заходи на різних етапах життєвого циклу товару.

Нові продукти у маркетинговій діяльності підприємства готельного та ресторанного господарства. Основні етапи розробки та впровадження нового готельного, ресторанного продукту. Управління структурою продуктів, що пропонуються на ринок. Розробка і впровадження на ринок нових товарів (послуг). Забезпечення якості і конкурентоспроможності нових товарів (послуг).

Прийняття рішення про товарну марку на підприємствах ГРБ. Фірмовий стиль підприємства готельного та ресторанного господарства. Сервіс як один з елементів товарної політики. Поняття “товарна марка” та “бренд”: сутність, відмінності. Світові готельні мережі, фірмовий стиль. Оцінка потенціалу бренда.

Характеристика цінових стратегій підприємства готельного та ресторанного господарства. Фактори, що визначають цінову політику підприємства готельного та ресторанного господарства. Маркетингові стратегії встановлення ціни на новий товар (послугу). Маркетингові стратегії встановлення ціни на наявні на ринку товари і послуги. Маркетингові стратегії, що реалізуються за географічним принципом. Основні цінові стратегії, використовувані в готельно-ресторанному бізнесі. Стратегія «зняття вершків».

Засоби поширення реклами. Оптимальний вибір засобів поширення рекламних та PR звернень. Вимоги до засобів поширення реклами. Охоплення, частота і сила впливу, як ключові параметри при виборі засобів поширення реклами.

Реклама та PR у комплексі маркетингових комунікацій. Загальна характеристика засобів розповсюдження реклами. Особливості та види реклами у готельному та ресторанному господарстві. Охарактеризувати основні види реклами. Дослідити завдання і функції реклами. Позитивні і негативні сторони реклами. Види реклами на різних етапах життєвого циклу товару (введення товару чи послуги на ринок, зрілість, спад).

Основні етапи розробки програми стимулювання збуту підприємством готельного та ресторанного господарства. Сутність стимулювання збуту. Стимулювання попиту. Стимулювання пропозиції. Вибір засобів стимулювання збуту. Розробка програми. Оцінка результатів програми стимулювання збуту.

Цілі комунікативної політики в готельно-ресторанному бізнесі. Етапи розробки програми маркетингових комунікацій. Характеристика основних елементів маркетингових комунікацій. Основні цілі комунікативної політики в ресторанному бізнесі. Важливість маркетингових комунікацій для підприємств ресторанного бізнесу.

Стимулювання роботи посередників як один із способів підвищення ефективності роботи підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Збут і його роль в діяльності підприємства. Методи та форми організації збуту. Типи посередників і критерії вибору посередників.

Стимулювання кінцевих споживачів як спосіб утримання постійних клієнтів підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Розробка системи стимулювання кінцевих споживачів (дисконтні програми, подарунки тощо); оцінка результатів діяльності роботи із постійними клієнтами, а також програми реалізації стратегій із залученням потенційних клієнтів.

Франчайзинг як сучасна форма організації роботи підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Сутність франчайзингу. Поняття та види франчайзингу. Його особливості. Умови реалізації франчайзингу в Україні.

PR у комплексі маркетингових комунікацій підприємств готельного та ресторанного господарства. Специфіка використання PR (public relations) у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Особливості PR, основні цілі.

Роль служби маркетингу та особливості її функціонування в індустрії гостинності. Організація маркетингу на підприємстві. Контроль маркетингу. Принципи організації

маркетингової служби. вимоги, що висуваються до керівників і спеціалістів служби маркетингу. Сильні і слабкі сторони існуючих моделей організації служби маркетингу.

Організація маркетингу на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Управління маркетингом готелів і ресторанів. Поняття і функції управління маркетингом у готельно-ресторанному бізнесі. Форми управління маркетингом. Роль служб маркетингу та особливості їх функціонування в індустрії гостинності.

### Структура оцінки вступного випробування

Додаткове фахове вступне випробування для здобуття освітнього ступеня «Магістр», галузі знань 24 «Сфера обслуговування» за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа» кваліфікація «Магістр з готельної і ресторанної справи, професіонал з готельної і ресторанної справи» комплексно охоплює перелік дисциплін циклу професійної та практичної підготовки, які вивчалися студентами в університеті під час здобування освітнього ступеня «Бакалавр».

Додаткове фахове вступне випробування проводиться у формі тестування, при цьому тестові завдання складаються з двох компонентів:

- запитальної (змістовної) частини;
- 4 варіантів відповідей до кожного тестового завдання.

Для проміжного оцінювання використовується 100-бальна шкала, тобто кожен білет містить 50 (п'ятдесят) тестових запитань, кожна правильна відповідь оцінюється в 2 бали.

Додаткове фахове вступне випробування оцінюється за системою – склав/не склав. Мінімальний прохідний бал додаткового фахового вступного випробування складає 61.

### Порядок оцінювання вступників

Додаткове фахове вступне випробування проводиться за наступним порядком. Спочатку абітурієнти отримують індивідуальні стандартні бланки для внесення своїх відповідей на тестові завдання і окремо бланки з тестовими завданнями. Викладач-екзаменатор пояснює порядок заповнення бланку оцінювання знань, на якому абітурієнти вказують прізвище з ініціалами, варіант завдання, дату проведення тестування.

Надалі абітурієнти самостійно працюють над розв'язанням тестів, проставляючи обрану відповідь на кожне з тестових завдань поряд з номером запитання.

Розрахунок оцінки додаткового фахового вступного випробування здійснюється за наступною формулою:

$$O_{ДФВВ} = 2 * X$$

де  $O_{ДФВВ}$  – оцінка додаткового фахового вступного випробування,

$X$  – кількість правильних відповідей на тестові запитання.

### Критерії оцінювання знань додаткового фахового вступного випробування

Для оцінювання знань вступника під час проведення додаткового фахового вступного випробування використовують критерії, згідно яких оцінюється спроможність вступників вирішувати практичні завдання професійної діяльності на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу та здійснювати в них організаційні, управлінські, економічні та виробничі процеси. Детальна характеристика критеріїв оцінювання знань абітурієнтів подана в таблиці 1.

Таблиця 1

Критерії оцінювання знань додаткового фахового вступного випробування

Критерії оцінювання	Бали	Оцінка
Вступник виявляє здібності, вміє самостійно узагальнювати і систематизувати знання, вільно відповідає, самостійно характеризує процеси у готельно-ресторанному бізнесі, виявляє особисту позицію щодо них; вміє виокремити проблему і визначити шляхи її розв'язання.	91-100	Відмінно (склав)
Вступник володіє вивченим обсягом матеріалу та проявляє знання у стандартних ситуаціях, застосовуючи необхідну термінологію; допускає у відповідях неточності; розв'язує стандартні завдання; виправляє власні помилки.	76-90	Добре (склав)
Вступник володіє значною частиною теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень; дає визначення окремих понять, у відповідях може допускати помилки.	61-75	Задовільно (склав)
Вступник фрагментарно характеризує визначення основних понять; володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнавання; відповідає на запитання, що потребують однослівної відповіді. Має уявлення про навчальну дисципліну, плутається в спеціальній термінології.	1-60	Незадовільно (не склав)

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

### 1. «РЕСТОРАННА СПРАВА»

1. Про захист прав споживачів: Закон України від 15.12.1993 р. № 3682-ХІІ.
2. Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення: Закон України від 24.02.1994 р. № 4004-ХІІ.
3. Про внесення змін і доповнень до статті 23 Закону України «Про захист прав споживачів»: Закон України від 20.06.1995 р.
4. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини: Закон України від 23.12.1997 р. № 771/97-ВР.
5. ДСТУ 3278 - 95 «Стандартизація послуг. Основні положення».
6. Міждержавний стандарт ГОСТ 30390-95 «Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению. Общие технические условия».
7. Міждержавний стандарт ГОСТ 30523-97 «Услуги общественного питания. Общие требования».
8. Міждержавний стандарт ГОСТ 30524-97 «Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу».
9. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. – К.: Держспоживстандарт України, 2004.
10. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги»
11. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів».
12. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Терміни та визначення».
13. СанПиН 2.3.2.1324–03 «Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов».
14. СанПиН 42-123-5777-91 «Санитарные правила для предприятий общественного питания, включая кондитерские цехи и предприятия, вырабатывающие мягкое мороженное».
15. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства: Наказ міністра економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002, N 219.
16. Про затвердження Рекомендованих норм технічного оснащення закладів громадського харчування: Наказ міністра економіки та з питань європейської інтеграції України від 03.01.2003 р. № 2
17. Архипов В.В. Барное дело. Учебное пособие. К.: Центр учебной литературы, 2011. - 240 с.
18. Архипов В.В. Організація ресторанного господарства / навчальний посібник / - 3-тє вид., доп. - К.; Центр навчальної літератури, 2011. - 358с.
19. Безупречный сервис: книга о том, как привлечь и удержать гостей. (Пер. с англ. С. Прокофьева). М.: ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2010.-288 с.
20. Зигель С. Ресторанный сервис. Основы международной практики обслуживания для профессионалов и начинающих / С. Зигель, Л. Зигель, Р. Ленгер, Х. Ленгер, Г. Штиклер, В. Гутмайер. – М.: ЗАО "Изд-во "Центрополи-граф", 2010. – 287 с.
21. Завадинська О.Ю. Організація ресторанного господарства за кордоном: навч. посібник / О.Ю. Завадинська, Т.Є. Литвиненко. – К.: КНТЕУ, 2010. – 200 с.
22. Литвиненко Т.Є. Особливості організації дипломатичних прийомів: Конспект лекцій / Т.Є. Литвиненко. – К.: - КНТЕУ, 2005. – 85с.
23. Мазаракі А.А. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: підручник для вузів / А.А. Мазаракі, Н.П. Благополучна, І.І. Гайовий, О.М. Григоренко, Т.Є. Литвиненко, Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька, А.М. Расулова, М.Л. Світлична. Під ред. Н.О. П'ятницької. – К.: КНТЕУ, 2005. – 632 с.
24. Проектування закладів ресторанного господарства: навч. посіб. / А.А. Мазаракі, М.І. Пересічний, С.Л. Шаповал та ін. - К.: КНТЕУ, 2008. - 307 с.

### 2. «ГОТЕЛЬНА СПРАВА»

1. Про туризм № 324/95-вр від 15.09.95 р. та Про внесення змін і доповнень до Закону України «Про туризм» від 18.11.03 р. <http://rada.gov.ua/pravo>
2. Про рекламу № 270/96-вр від 03.07.96 р. <http://rada.gov.ua/pravo>
3. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних

4. Про затвердження Інструкції про порядок розгляду питань щодо продовження строку перебування в Україні іноземців та осіб без громадянства (Наказ № 887 від 19.11.99 р. М-ва внутрішніх справ України) <http://rada.gov.ua./pravo>
5. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні; Класифікація готелів / Л. Шишкіна (розроб.). - Офіц. вид. - К.: Держспоживстандарт України, 2004.-III, 13 с.
6. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: учеб. пособие для студ. вузов / С. И. Байлик. - К.: Альтерпресс, 2002. – 252 с.
7. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство: Оснащение, евроремонт, эксплуатация: учеб. пособие / С. И. Байлик. -К.: Дакор, 2003. – 296 с.
8. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства. - К.: КНТЕУ, 2006.- 494с.
9. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - 2-е вид., перероб. та доп. - К.: «Альтерпрес», 2003. – 436 с: іл., картосхеми.
10. Круль Г.Я. Основи готельної справи. - К.: ЦУЛ, 2011. - 208 с.
11. Лукьянова Л. Г., Цыбух В. И. Рекреационные комплексы: учеб. пособ. для студ. вузов / Киев, ун-т туризма, экономики и права / В. К. Федорченко (общ. ред.). - К.: Вища шк., 2004. – 346 с.
12. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: Навчальний посібник/ М.П. Мальська, І.Г. Пандяк; М-во освіти і науки України; Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. - К.: ЦУЛ, 2012. - 472 с.
13. Мальська М.П.. Організація отельного господарства/ М.П.Мальська, І.Г. Пандяк, Ю.С. Занько. – К.: Знання, 2011. – 366.
14. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства: (отели и рестораны): учебное пособие/ Г. А. Папирян. -М.: Экономика, 2000. - 206 с.
15. Роглев Х.Й., Левітас Г.Г., Драпушко Р.Г., Гарагонич В.В., Менеджмент готелю: економіко-організаційні аспекти : Навч. посіб./ Під заг. ред. Мунін Г.Б. - К.: Кондор, 2011. - 443 с.
16. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту: навч. посібник / Х. Й. Роглев. - К.: Кондор, 2005. - 408 с.
17. Мунін Г. Б., Змійов А. О., Зінов'єв Г. О., Самарцев Є. В. та інші. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посібник / Г. Б. Мунін, А. О. Змійов, Г. О. Зінов'єв, Є. В. Самарцев. – К.: 2005. - 610 с.
18. Шепелева С.В., Руденко Г.В. Організація готельного господарства:навч. пос. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 496с.

### **3. «ЕКОНОМІКА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ»**

1. Господарський комплекс України // Відомості Верховної ради України. - 2003. - № 18-22
2. Закон України "Про банкрутство" //Нове законодавство України.-К., 1993.
3. Закон України "Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом" від 30.06. 1999 № 784-ХІІ.
4. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" від 23.12.2998 № 351-ХІV.
5. Закон України "Про інвестиційну діяльність" // ВВР України.-1991.-№47.
6. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 04.07.2001 № 40-IV.
7. Закон України "Про іноземні інвестиції" // ВВР України.-1992.- № 26.
8. Закон України "Про режим іноземного інвестування" // ВВР Уряд. кур'єр. -1996.-№ 77-78.
9. Закон України "Про оплату праці" від 24.03.1995 № 108/95 (з подальшими змінами та доповненнями).
10. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємства" від 12.05.1997р. № 283/97-ВР(з подальшими змінами та доповненнями).
11. Закон України "Про охорону прав на промислові зразки" від 12.12.1993 р.№ 36-88-ХІІ (з подальшими змінами та доповненнями).
12. Закон України "Про ціни і ціноутворення" від 03.12.1990 № 507-ХІІ (з подальшими змінами та доповненнями).
13. Закон України "Про цінні папери і фондову біржу" від 18.06.1991 № 1201-ХІІ (з подальшими змінами та доповненнями).

14. Азаренкова Г.М., Журавель Т.М., Михайленко Р.М. Фінанси підприємств: Навч. Посіб. для самост. вивчення дисципліни. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання-Прес, 2006. – 287с.
15. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій. Навчальний посібник. За ред. Ковальчука К.Ф. - К.: Центр учбової літератури, 2012 – 326с.
16. Афанасьев М. П. Маркетинг: стратегия и тактика фирмы - М.: Банки и биржи, 2004. - 215 с.
17. Бондар Н.М. Економіка підприємства: навч. Посіб. – К.: Видавництво А.С.К, 2004. – 400 с.
18. Гриньова В.М., Колода В.О. Фінанси підприємств: Навч.посіб. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2004. – 424с.
19. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства. 2-ге видання. - К.: Центр учбової літератури, 2012 – 302с.
20. Економіка підприємства: Навч. посіб. / О.В. Ареф'єва, В.Г. Сахаєв, О.В. Ареф'єв та ін.— К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2003.— 237 с.
21. Економіко-корпоративні основи підприємства / За заг. ред. д.е.н. проф.. І.І.Пилипенко: Навч. посібник. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2005.- 378 с.
22. Захожай В.Б., Литвиненко Я.В., Захожай К.В., Литвиненко Р.Я. Система оподаткування та податкова політика. Навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури; 2006.- 468с.
23. Іванілов О.С. Економіка підприємства 2-ге видання. - К.: Центр учбової літератури, 2011 – 728с
24. Кейлер В.А. Экономика предприятия: Курс лекций. - М.: ИНФРА - М, 2001. - 132 с.
25. Ковтун О. І. Стратегія підприємства. – Л.: Новий світ-2000, 2005 – 385 с.
26. Круш П.В. Економіка підприємства: навч. посібник. - К.: Ельга-Н; КНТ, 2007. - 777 с.
27. Новікова І.В. Маркетинг сфери послуг: Навчальний посібник. - К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2004. - 72 с.
28. Петрович Й. М., Кіт А.Ф., Кулішов В.В. та ін., Економіка підприємства: Підручник-За загальною редакцією Й.М. Петровича. – Львів: "Магнолія плюс", 2004. – 680 с.
29. Сідун В.А. Пономарьова Ю.В. Економіка підприємства: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 436 с.
30. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка. - К.: КНЕУ, 2005. – 234с.
31. Фінанси підприємств: Підручник А.М. Поддерогін. 5-те вид., перероб. та допов. – К.: КНЕУ, 2004. – 546с.
32. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. 2-е вид. – К.: Каравела, 2005. – 508 с.

#### 4. «МЕНЕДЖМЕНТ»

1. Адизес Ицках Калдерон. Управление жизненным циклом корпораций / Ицках Калдерон Адизес. М: Манн, Иванов и Фербер, 2015.-512с.
2. Бабічев М. П. Організація управління промисловим підприємством: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. Вид. 2-ге, без змін/ М. П.Бабічев, С. В.Карпенко, Є. В. Шевчук.– К. КНЕУ, 2006. – 90 с.
3. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский и др. – М.: Издательство МГУ, 2005. – 527 с.
4. Данюк В. М. Організація праці менеджера: навчальний посібник / В.М. Данюк. - К.: КНЕУ, 2006. - 272 с
5. Дафт Р.Л. Менеджмент:учебник / Р.Л. Дафт 6-е изд. М: Ексмо, 2007. - 864с.
6. Довгань, Людмила Євгеніївна. Стратегічне управління [Текст] : навчальний посібник / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко ; ред. Л. М. Савчук. - 2-ге вид. - К.: ЦУЛ, 2011. - 440 с.
7. Журавлев П.В. Теория современного менеджмента: учебник /Журавлев П.В.- М: Экзамен, 2006 - 512 с.
8. Зельдович Б. Менеджмент: ученик / Зельдович Б. -М: Экзамен, 2007. – 592 с.
9. Збірник кейсів з менеджменту: навчальний посібник / Школа менеджменту Комерційного інституту м. Нансі (Франція); Ред. А.М. Колот, Ред. Т. Ує. - К.: КНЕУ, 2006. - 199 с
10. Маркіна, Ірина Анатоліївна. Менеджмент організації [Текст] : навчальний посібник / І. А. Маркіна, Р. І. Біловол, В. А. Власенко ; Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Вищий навчальний заклад Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі". - К.: ЦУЛ, 2013. - 248 с

11. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон и др. – М.: Дело, 2008 – 798 с.
12. Райченко А.В. Общий менеджмент: учебник. / А.В. Райченко – М.: Инфра-М, 2004. – 315 с.
13. Рульєв, Віталій Андрійович. Менеджмент [Текст] : навчальний посібник / В. А. Рульєв, С. О. Гуткевич. - К.: ЦУЛ, 2011. - 312 с.
14. Основы менеджмента: учебник. / Под ред. А.Афоничкина. - СПб.: Питер, 2007. - 528
15. Порожня, Василь Михайлович. Стратегічне управління [Текст] : навчальний посібник / В. М. Порожня, Т. О. Безземельна, Т. А. Кравченко. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 224 с
16. Стадник В. В. Менеджмент: посібник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К.: Академвидав, 2003. – 464 с.
17. Туленков, Микола Васильович. Сучасні теорії менеджменту [Текст] : навчальний посібник / М. В. Туленков. - К.: Каравела, 2012. - 304 с.

## **5. «МАРКЕТИНГ»**

1. Альтшуллер И. Стратегия и маркетинг: две стороны одной медали, или «Просто – о сложном» / И. Альтшуллер. – М.: Дело, 2010. – 344с.
2. Дэй Дж. Стратегический маркетинг / Дж. Дэй. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002. – 640 с.
3. Данько Т.П. Управление маркетингом (учебник. 3-е изд., перераб. и доп.) / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 363 с.
4. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учеб. пособие / П.С. Завьялов. – М.: ИНФРА – М. 2000. – 496 с.
5. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика / В.Я. Кардаш. – К., 1997. – 148с.
6. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика / В.Я. Кардаш. – К., 2002. – 250 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее к человеческой душе / Ф. Котлер, Х. Картаджайа, А. Сетиаван. – М.: Эксмо, 2011. – 870 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер. – 14-е изд. – СПб.: ПитерКом, 2014. – 800 с.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга: учеб. пособие / Ф. Котлер. – 12-е изд. – М.: Прогресс, 2010. – 1072 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг: гостеприимство и туризм : учеб. для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуен, Дж. Мейкенз. – 4-е изд. – М.: ЮНИТИ, 2010. – 1071 с.
11. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: учебник для вузов / Ж.Ж. Ламбен, И. Шулинг, Р. Чумпитас. – СПб.: Питер, 2010. – 720 с.
12. Маркетинг : учебник для бакалавров / под ред. И.В. Липсица. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2012. – 576 с.
13. Панкрухин А.П. Маркетинг: учебник / А.П. Панкрухин. – М.: ИКФ “Омега-Л”, 2009. – 656 с.
14. Парсяк В.Н. Маркетинговые исследования / В.Н. Парсяк, Г.К. Рогов. – К.: Наукова думка, 2000. – 172 с.
15. Райс Эл. Маркетинговые войны / Эл. Райс, Дж. Траут. – СПб.: Питер, 2003. – 256с.
16. Эванс Дж. Маркетинг: пер. с англ. / Дж. Эванс, Б. Берман. – М.: Экономика, 1990. – 350 с.

## **6. «МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»**

1. Агамирова Е.В. Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе : практикум / Е.В. Агамирова. - М.: Дашков и К°, 2006. - 176 с.
2. Балашова Е. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса / Е. Балашова. - М.:Вершина, 2006. - 200 с.
3. Бородина В.В. Ресторанно-гостиничный бізнес: Учебник / В.В. Бородина. - М. : Финансы и статистика, 2003. -180 с.
4. Дроздова О.В. Організація праці менеджера: Навчальний посібник. -К.: Кондор, 2009. -502 с.
5. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб. [для студ. спец. «Экономика и управление социально-культурной сферой» вузов] / Н.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко. - 4-изд., стер. - Минск : ООО «Новое знание», 2003. - 368 с.
6. Корпоративна культура: Навч. посібник / під заг. редакцією Г.М. Захарчина. – Львів: «Новий Світ – 2000», 2011. – 334 с.
7. Медлик С, Инграм Х. Гостиничный бизнес: Учебник для вузов (пер. с англ. Павлова А.С.)/ Медлик С, Инграм Х - М., 2005.-239 с.
8. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. / Г.Б. Мунін, А.О. Змійов, Г.О.

Зіновєв та ін.; за ред. С.І. Дрогунцова. - К.: Ліра-К, 2005. - 520 с.

9. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. / Л.І. Нечаюк, Н.О. Нечаюк. - К.: Центр навч. л-ри, 2006. - 189 с.
14. Мельниченко С.В. Менеджмент підприємств туристичної індустрії / С.В. Мельниченко, Н.І. Ведмідь. - К., 2005. - 205 с.
15. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу: Навч. посібник / під заг. редакцією М.М. Поплавського і О.О. Гаца. - К.: Кондор, 2008. - 458 с.
16. Пуцентайло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва.: навч. посіб./ П.Р. Пуцентайло - К.: Центр навч. л-ри, 2007. - 234 с.
17. Райли М. Управление персоналом в гостеприимстве / Майкл Райли. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 191 с.
18. Роглев Х.Й., Левітас Г.Г. Менеджмент готелю/ Х.Й Роглев., Г.Г Левітас. - К.: Кондор, 2011. - 430 с.
19. Сахно Є.Ю., Дорош Н.С. Менеджмент сервісу/ Є.Ю Сахно., Н.С. Дорош - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 304 с.
20. Уокер Дж.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс / Дж.Р. Уокер. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 880 с.

## **7. «МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА ТА PR ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»**

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник / С.С. Гаркавенко. - К.: Лібра, 2006. - 384 с.
2. Герасимчук В.Г. Маркетинг: Теорія і практика: Навч. пос. / В.Г. Герасимчук. - К.: Вища шк., 2004. - 325 с.
3. Диксон П.Р. Управление маркетингом: пер. с англ. - М.: ЗАО «Изд-во БИНОМ», 1998. - 560 с.
4. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: учеб. пособие / Пер. с нем. А.М. Макарова; под ред. И.С. Минко. - М.: Высш. Шк., 1995. - 225 с.
5. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие / П.С. Завьялов. - М.: ИНФРА - М. 2000. - 496 с.
6. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика / В.Я. Кардаш. - К., 1997. - 148 с.
7. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика / В.Я. Кардаш. - К., 2002. - 250 с.
8. Ковалев А.И. Маркетингвый анализ / А.И. Ковалев, В.В. Войленко - М.: Центр экономики и маркетинга. - Изд. 2-е, перераб. и доп., 2000. - 256 с.: ил.
9. Котлер Ф. Маркетинг – менеджмент / Ф. Котлер. - СПб.: Питер Ком, 14-е изд., 2014. - 800 с.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга: Учеб. пособие / Ф. Котлер - М.: “Прогресс”, 12-е изд., 2010. - 1072 с.
11. Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг: Гостеприимство и туризм: Учеб. для вузов: Пер с англ. / Под ред. Р.Б. Ноздревой. - М.: ЮНИТИ, 4-е изд., 2010. - 1071 с.
12. Маркетинг / Під ред. Азарян О.М. - К.: НМЦВО МОНУ: Студцентр, 2003 р. - 320 с.
13. Маркетинг: учебник / А. Н. Романов, Ю. Ю. Корлюгов, С. А. Красильников и др. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. - 560 с.
14. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг. Навчальний посібник / Н.В. Куденко К.: КНЕУ, 1998. - 152 с.
15. Парсяк В.Н. Маркетинговые исследования / В.Н. Парсяк, Г.К. Рогов - К.: “Наукова думка”, 2000. - 172 с.
16. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева - М.: Финансы и статистика, 1999. - 528 с.: ил.
17. Эванс Дж. Маркетинг: Пер. с англ. / Дж. Эванс, Б. Берман - М.: Экономика, 1990. - 350 с.