

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ЗАТВЕРДЖЕНО:
Голова Приймальної комісії
Харківського національного
університету імені В.Н. Каразіна

_____ акад. В.С. Бакіров

«_____» _____ 2018 р.

Факультет міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та
готельно-ресторанної справи

ПРОГРАМА

додакового фахового вступного випробування
З «ОСНОВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ»
для вступників на навчання для здобуття ступеня магістра
за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа»
(денна форма навчання)
на основі ступеня бакалавра, здобутого за іншою спеціальністю
/напрямом підготовки

ЗАТВЕРДЖЕНО:
на засіданні кафедри
міжнародної електронної комерції та
готельно-ресторанної справи
протокол № 6 від 23.01. 2019 р.

В.о. зав. кафедри
міжнародної електронної комерції та
готельно-ресторанної справи
Н.І.Данько

ЗАТВЕРДЖЕНО:
методичною комісією
факультету міжнародних
економічних відносин та
туристичного бізнесу
протокол № 6 від 23.01. 2019 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО:
на засіданні Вченої ради факультету
міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу
протокол № 8 від 24.01. 2019 р.

Програма додаткового фахового вступного випробування (екзамену) з «Основ готельно-ресторанної справи» для вступників на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа» (денна форма навчання) на основі ступеня бакалавра, здобутого за іншою спеціальністю/ напрямом підготовки.

Укладачі:

к.е.н. доц. Н.І. Данько

д.е.н. проф. В.О. Бабенко

к.т.н. доц. Я.О. Білецька

к.е.н. А.П. Гуслєв

к.т.н. доц. Д.В. Горєлков

Мета додаткового фахового випробування з «Основ готельно-ресторанної справи» для осіб, що здобули ступінь бакалавра за іншим напрямком підготовки – оцінити рівень підготовленості вступників до подальшого навчання в Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна за спеціальністю «Готельно-ресторанна справа»

Вступник повинен знати:

- загальні засади економічної теорії;
- теоретичні основи формування і факторів розвитку готельно-ресторанних комплексів, їх спеціалізації та видів у сучасних конкретних умовах;
- поняття та класифікацію засобів розміщення;
- методи моніторингу ринку готельно-ресторанних послуг та техніку планування готельного-ресторанного продукту;
- економічні основи, принципи і напрямки функціонування готельно-ресторанних підприємств в Україні;
- систему інструментів маркетингової діяльності готелів і ресторанів (маркетинг-мікс);
- поняття «середовища маркетингу» та його елементи;
- ознаки класифікації і методи дослідження ринків індустрії гостинності;
- методологічні основи маркетингових досліджень споживачів.

Вступник повинен вміти:

- володіти спеціальною термінологією, необхідною для аналізу діяльності підприємств індустрії гостинності;
- визначати основні тенденції та закономірності розвитку індустрії гостинності у світі та в Україні;
- обґрунтовувати рішення з питань організації та управління готельними та ресторанными підприємствами;
- провести комплексні маркетингові дослідження та визначити ринкові можливості закладу;
- визначити перспективний цільовий сегмент споживачів;
- обґрунтувати ефективну товарну, цінову, збутову та комунікаційну політику;
- побудувати ефективну економічну політику на підприємстві та на рівні держави;
- здійснювати оцінку ефективності діяльності фірми на основі мікроекономічних залежностей;
- користуватись в практичній роботі методикою застосування економічних законів;
- впроваджувати сучасні наукові знання, передові технології в готельно-ресторанній справі та інших сферах діяльності.

**КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
ВІДПОВІДЕЙ НА ЗАВДАННЯ
ДОДАТКОВОГО ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ
З «ОСНОВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ»**

Час виконання – 90 хвилин

Білет вступного екзамену розбитий на 2 частини, сумарна оцінка яких 100 балів. За правильне виконання кожного завдання першої частини нараховується 10 балів. Всього - 20 балів. За кожне правильне поєднання букви і цифри завдання другої частини нараховується 4 бали. Всього - 80 балів.

10 балів - у відповіді відображені основні концепції та теорії з даного питання, проведено їх критичний аналіз і зіставлення, описані теоретичні положення ілюструються практичними прикладами і експериментальними даними. Абітурієнтом формулюється і обґрунтовується власна точка зору на заявлені проблеми, матеріал викладається професійною мовою з використанням відповідної системи понять і термінів.

9 балів - у відповіді відображені основні концепції та теорії з даного питання, проведено їх критичний аналіз і зіставлення, описані теоретичні положення ілюструються практичними прикладами і експериментальними даними. Абітурієнтом формулюється і обґрунтовується власна точка зору на заявлені проблеми, матеріал викладається професійною мовою з використанням відповідної системи понять і термінів. У відповіді допущені незначні похибки, що не мають суттєвого впливу на кінцевий результат.

8 балів - у відповіді описуються і порівнюються основні сучасні концепції та теорії з даного питання, описані теоретичні положення ілюструються практичними прикладами, абітурієнтом формулюється власна точка зору на заявлені проблеми, проте він відчуває труднощі в її аргументації. Матеріал викладається професійною мовою з використанням відповідної системи понять і термінів.

7 балів - у відповіді описуються і порівнюються основні сучасні концепції та теорії з даного питання, описані теоретичні положення ілюструються практичними прикладами, абітурієнтом формулюється власна точка зору на заявлені проблеми, проте він відчуває труднощі в її аргументації. Матеріал викладається професійною мовою з використанням відповідної системи понять і термінів, але у відповіді допущені значні похибки.

6 балів - у відповіді відображена більша частина сучасних концепцій та теорій з даного питання, аналіз і зіставлення цих теорій не проводиться. Абітурієнт відчуває значні труднощі при ілюстрації теоретичних положень

практичними прикладами. У абітурієнта відсутня власна точка зору на заявлені проблеми. Матеріал викладається професійною мовою з використанням відповідної системи понять і термінів.

5 балів - у відповіді відображена лише деякі сучасні концепції та теорії з даного питання, аналіз і зіставлення цих теорій не проводиться. Абітурієнт відчуває значні труднощі при ілюстрації теоретичних положень практичними прикладами. У абітурієнта відсутня власна точка зору на заявлені проблеми. Матеріал викладається професійною мовою з використанням відповідної системи понять і термінів.

4 бали - відповідь не відображає сучасні концепції та теорії з даного питання. Абітурієнт не може привести практичних прикладів. Матеріал викладається «життєвою» мовою, не використовуються поняття і терміни відповідної наукової галузі.

3 бали - відповідь відображає систему уявлень абітурієнта на заявлену проблему, абітурієнт не може назвати жодної наукової теорії, але може надати визначення базових понять.

2 бали - відповідь відображає систему «життєвих» уявлень абітурієнта на заявлену проблему, абітурієнт не може назвати жодної наукової теорії, може надати визначення деяких базових понять.

1 бал - відповідь відображає систему «життєвих» уявлень абітурієнта на заявлену проблему, абітурієнт не може назвати жодної наукової теорії, не дає визначення базових понять.

0 балів - відповідь не надається.

УВАГА! У разі використання заборонених джерел вступник на вимогу екзаменаторів залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0 балів).

За підсумками екзамену вступник може набрати від 0 до 100 балів включно. Набрана сума балів зі 100-бальної шкали оцінки переводиться у дворівневу та національну шкалу у такий спосіб:

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за дворівневою шкалою
50-100	зараховано
0-49	не зараховано

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

Дисципліна 1: Основи економічної теорії

Економіка та економічна теорія. Економічна теорія як наука. Об'єкт і предмет економічної теорії. Методи дослідження економічних процесів. Економічні потреби суспільства, їх суть і структура. Закон зростання потреб. Формування потреб. Суб'єкти економічних відносин, їхні економічні інтереси. Види економічних інтересів, взаємодія їх. Сутність виробництва. Зміст виробництва. Фактори виробництва: земля, праця, капітал і підприємницький хист. Поділ праці. Структура суспільного виробництва. Межа виробничих можливостей. Продукт і стадії його руху.

Форми господарювання. Натуральне виробництво. Товарне виробництво. Товар, його сутність і властивості. Двоїстий характер праці, втіленої у товар. Закон вартості та його функції. Теорія попиту і пропозиції. Ціна в ринковій економіці. Сутність ціни. Методи ціноутворення. Регулювання цін державою.

Поняття ринку. Історія ринкових відносин. Ефективний ринок. Функції ринку. Умови формування ринку. Структура сучасного ринку. Моделі ринкової економіки. Конкуренція як рушійна сила ринкової економіки. Сутність конкуренції. Види конкуренції. Методи цінової та нецінової конкуренції.

Сутність підприємництва. Функції та умови існування підприємництва. Суб'єкти, об'єкти і види підприємництва. Права, обов'язки та відповідальність підприємця. Види підприємств за формою, розміром, за сферою і видом господарської діяльності.

Дисципліна 2: ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Поняття підприємства, цілі і завдання його створення. Підприємство як господарча система і форма реалізації підприємництва.

Методи вимірювання та показники обсягу діяльності підприємства, їх специфіка за галузями господарювання. Виробнича програма туристичного підприємства. Експлуатаційна програма готелю. Планування товарообігу закладу ресторанного господарства.

Фактори, що визначають обсяги виробництва продукції та послуг. Показники планування виробничої програми.

Виробнича потужність підприємства. Планування виробничої потужності. Поняття і значення техніко-технологічної бази виробництва. Складники техніко-технологічної бази, найефективніші способи її формування на підприємстві. Особливості формування виробничої бази на підприємствах різних галузей.

Основні та обігові кошти підприємства. Їх визначення та класифікація. Знос та його види. Амортизація, та методи її нарахування.

Поняття персоналу в контексті економічних понять трудових ресурсів,

кадрів, трудового потенціалу та ін. Категорії персоналу підприємства (керівники, спеціалісти, службовці, робітники). Поділ персоналу за професіями і кваліфікацією.

Визначення чисельності окремих категорій працівників.

Кадрова політика й система управління персоналом підприємств. Сучасні вимоги держави й фірми до ділових якостей різних категорій персоналу.

Продуктивність праці як економічна категорія. Методичні підходи до розрахунку продуктивності праці на виробничих підприємствах. Чинники зростання продуктивності праці. Наявні резерви зростання продуктивності праці та заходи для їх використання в сучасних умовах господарювання. Розрахунки можливого зростання продуктивності праці за рахунок окремих і певної сукупності чинників.

Мотивація як процес стимулювання людей до ефективної трудової діяльності. Методи мотивації трудової діяльності.

Поняття оплати праці. Основна заробітна плата й додаткова оплата праці. Функції оплати праці та їх реалізація.

Мінімальна заробітна плата. Тарифна система. Єдина тарифна система розрядів і коефіцієнтів з оплати праці.

Поточні витрати, собівартість продукції як комплексний економічний показник. Включення поточних витрат виробництва до собівартості продукції (послуг). Класифікація витрат на виробництво за окремими ознаками (ступенем однорідності, зв'язком з обсягом виробництва, способом обчислення на одиницю продукції). Структура поточних витрат за окремими групами первинних елементів на підприємствах різних галузей і тенденція її зміни з часом.

Зміст і методика обчислення кошторису виробництва. Розрахунки кошторису виробництва за окремими економічними елементами.

Калькулювання та його місце в економічних розрахунках. Об'єкти калькулювання й калькуляційні одиниці.

Обґрунтування й вибір стратегії зниження поточних витрат на підприємствах України.

Поняття, роль і функції ціни в ринковій економіці. Види цін та сфери їх застосування. Методи встановлення ціни: собівартість плюс прибуток; забезпечення фіксованої величини прибутку; за рівнем поточних цін (конкуренції); за рівнем попиту тощо. Шляхи вдосконалення ціноутворення на продукцію (послуги) в Україні.

Прибуток і дохід як основні показники фінансових результатів діяльності підприємства. Джерела формування загальної величини прибутку (доходу) підприємства. Типова схема використання прибутку (доходу) підприємства. Точка беззбитковості.

Рентабельність як відносний показник ефективності діяльності підприємства.

Дисципліна 3: Маркетинг готельного та ресторанного господарства

Функції та принципи маркетингу. Характеристика функцій маркетингу: комплексного дослідження ринку; розроблення стратегії маркетингу; формування комплексу маркетингу: товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики; організації та контролю маркетингової діяльності.

Основні концепції маркетингу та їх характеристика: удосконалення виробництва, удосконалення товару, удосконалення комерційних зусиль, соціально-етичного маркетингу. Поява нових концепцій управління маркетингом – маркетингу стосунків і маркетингу вражень. Маркетинг, що орієнтується на споживачів, або активний маркетинг. Порівняльні характеристики маркетингових орієнтацій на збут і на споживача.

Специфіка маркетингу в індустрії гостинності. Процес управління маркетингом готелів і ресторанів.

Маркетингова інформація та її класифікація. Первинна та вторинна маркетингова інформація, її переваги і недоліки. Кабінетні та польові дослідження. Методи збирання первинної та вторинної маркетингової інформації. Складання анкет. Правила розроблення опитувальних листів. Види питань.

Сутність, види та принципи маркетингових досліджень. Процес маркетингових досліджень.

Сегментування ринку, його етапи. Принципи сегментування, визначення сегментаційних змінних та профілів сегментів.

ПИТАННЯ ДО ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ :

1. Економічні потреби суспільства, їх суть і структура.
2. Закон зростання потреб. Формування потреб.
3. Суб'єкти економічних відносин, їхні економічні інтереси.
4. Види економічних інтересів, взаємодія їх. Сутність виробництва. Зміст виробництва.
5. Фактори виробництва: земля, праця, капітал і підприємницький хист.
6. Підприємство, цілі та напрямки його діяльності.
7. Поняття «підприємство». Класифікація підприємств.
8. Поняття виробничої програми та правила її розробки.
9. Система показників, що вимірюють виробничу програму.
10. Фактори, що визначають виробничу програму.
11. Виробнича програма туристичного підприємства, її складові.
12. Експлуатаційна програма готелю, її складові.
13. Товарообіг закладу ресторанного господарства.
14. Поняття виробничої потужності та її види.
15. Основи методичні підходи до розрахунку виробничої потужності.
16. Структура основних фондів та її види.
17. Первісна, відновна й залишкова вартість основних фондів.
18. Знос основних фондів та його види.
19. Амортизація основних фондів, методи її нарахування.
20. Основні показники рівня ефективності використання обігових коштів.
21. Кадри підприємства. Категорії персоналу підприємства.
22. Продуктивність праці як економічна категорія. Методичні підходи до розрахунку продуктивності праці.
23. Чинники зростання продуктивності праці.
24. Мотивація та стимулювання праці.
25. Поняття оплати праці.
26. Основна заробітна плата й додаткова оплата праці.
27. Форми і системи оплати праці на підприємствах.
28. Функції оплати праці та їх реалізація.
29. Витрати підприємства та їх класифікація.
30. Кошторис підприємства. Зміст і методика обчислення кошторису виробництва.
31. Собівартість підприємства та продукції.
32. Показники собівартості продукції та порядок їх обчислення.
33. Калькулювання та його місце в економічних розрахунках. Об'єкти калькулювання й калькуляційні одиниці.
34. Еволюція і сучасний стан розвитку готельного господарства.
35. Загальна характеристика засобів розміщення туристів.
36. Типологія засобів розміщення туристів.
37. Міжнародна практика категорювання засобів розміщення.
38. Класифікація закладів готельного господарства України.
39. Послуга гостинності, її специфіка та основні компоненти.

40. Організація та технологія діяльності служби прийому і розміщення.
41. Організація обслуговування та процес надання основних і додаткових послуг у закладах готельного господарства.
42. Організація архітектури та інтер'єру на підприємствах готельного господарства.
43. Організація приміщень житлової групи готельного господарства.
44. Організація приміщень нежитлової групи готельного господарства.
45. Вимоги до різних категорій готелів в Україні за ДСТУ 4269:2003.
46. Культура обслуговування в готельному господарстві.
47. Розробка плану експлуатаційної діяльності підприємств готельного господарства.
48. Прогнозування реалізації основних і додаткових послуг готелів.
49. Валовий дохід готелів, методика його планування та резерви підвищення.
50. Основні фонди готелів та шляхи підвищення ефективності їх використання.
51. Специфіка праці, стимулювання та шляхи підвищення її ефективності у готельному господарстві.
52. Аналіз і планування показників плану з праці на підприємствах готельного бізнесу.
53. Продуктивність та ефективність праці, шляхи її підвищення в готельному господарстві.
54. Аналіз і планування витрат у готельному підприємстві.
55. Механізм та особливості ціноутворення в готельному бізнесі.
56. Матеріально-технічне забезпечення готельних комплексів і розробка його плану.
57. Маркетинг. Концепції маркетингу.
58. Комплекс маркетингу, його елементи.
59. Маркетингова інформація та її класифікація.
60. Первинна та вторинна маркетингова інформація, її переваги і недоліки.
61. Сутність, види та принципи маркетингових досліджень. Процес маркетингових досліджень.
62. Сегментування ринку, його етапи. Принципи сегментування, визначення сегментаційних змінних та профілів сегментів.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. ДСТУ 4268:2003. Національний стандарт України „Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги”: Від 01.07.04. - К. : Держспоживстандарт України, 2004.
2. ДСТУ 4269:2004. Національний стандарт України „Послуги туристичні. Класифікація готелів”: Від 01.07.04. - К. : Держспоживстандарт України, 2004..
3. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація: Від 01.07.04. - К. : Держспоживстандарт України, 2004.
4. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства – К. : Інкос, 2007. – 280 с.
5. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник. - К.: Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 448 с.
6. Виноградова М.В., Панина З.И., Ларионова А.А., Васильева Л.А. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства. Учебное пособие.- М: Дашков и К, 2012.-280с.
7. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристский бизнес / Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 352 с.
8. Економіка підприємства / За заг. ред. д.е.н., проф. Мельника Л.Г. – Суми: 2004. 648с.
9. Економіка підприємства / За заг. ред. д.е.н., проф. Петровича Й.М. – Львів: Новий Світ , 2014. – 680с.
10. Економіка підприємства: Підручник / За заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. – (вид. 4-те, перероб. і доп.). – К.: КНЕУ, 2009. – 816 с.
11. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учебное пособие / Н.И. Кабушкин. – М. : КНОРУС, 2013. – 416 с. (Бакалавриат).
12. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учеб. для вузов / Ф. Котлер; пер. с англ.; под ред. Р.Б. Ноздровой. - М.: ЮНИТИ, 1998. - 787 с.
13. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика [текст]: підручник. / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 544 с.
14. Медлик С. Гостиничный бизнес: Учебник .-М: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.- 239с.
15. Решетняк Е.И / Современные методы управления предприятием сферы услуг / Е.И. Решетняк. - Х. : Фактор, 2008. - 544 с
16. Темный Ю.В., Темная Л.Р Экономика туризма: Учебник.-, М: Финансы и статистика, 2013.- 448 с.
17. Тультаев Т.А. Маркетинг гостеприимства. Учебное пособие.-М: Евразийский открытый институт, 2011.- 296с.
18. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: Учеб. пособие / Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 607 с. Буйленко В.Ф. Планирование экологических туров. Гостиничный и туристический

бизнес: Учебное пособие.- Краснодар: Южный ин-т. менеджмента, 2012.- 202с

19.Черевичко Т.В. Экономика туризма: Учебное пособие.- М: Дашков и К, 2012.-158с

В.о. завідуючого кафедрою
міжнародної електронної комерції та
готельно-ресторанної справи

к.е.н. доц. Н.І. Данько

Затверджено на засіданні приймальної комісії
ХНУ ім. В.Н. Каразіна
протокол №____від _____2019 р.