

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОГРАМА

вступного **фахового** випробування для здобуття
освітнього ступеня «**Бакалавр**» за спеціальністю

076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

на основі ОКР «Молодший спеціаліст», ОПС «Фаховий молодший бакалавр»,
ОС «Молодший бакалавр»

Розглянуто і схвалено

Вченою радою ЛНАУ

Протокол № 6 від 23 березня 2021 р.

Дубляни 2021

Програма вступного фахового випробування для осіб, які на основі ОКР «Молодший спеціаліст», ОПС «Фаховий молодший бакалавр», ОС «Молодший бакалавр» вступають для здобуття ОС «Бакалавр», базується на знаннях, отриманих при вивченні наступних дисциплін:

ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Підприємництво як вид економічної діяльності. Сутність підприємництва та його історичний розвиток. Соціально-економічні функції підприємництва. Моделі та види підприємництва. Підприємництво як вид господарської діяльності. Підприємець як суб'єкт підприємницької діяльності. Суб'єктивно-психологічні проблеми підприємництва.

Підприємство як організаційна структура підприємництва. Поняття підприємства. Види підприємств, їх переваги та недоліки. Організаційно-правові форми підприємств. Підприємництво зі створенням і без створення юридичної особи. Види підприємств. Господарські товариства та їх характеристика. Спільні підприємства. Корпоративні підприємства та засади їх організації. Об'єднання підприємницьких структур та їх характеристика.

Правові основи підприємництва в Україні. Нормативно-правове забезпечення підприємницької діяльності. Ліцензування окремих видів підприємницької діяльності. Порядок видачі ліцензій. Патентування підприємницької діяльності. Порядок державної реєстрації юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців. Особливості реєстрації окремих видів підприємств. Ліквідація та реорганізація підприємницьких структур. Санація підприємницької діяльності, її зміст і процедура.

Економічні засади підприємництва. Потенціал підприємства та способи його визначення. Фінансування діяльності підприємств. Внутрішні й зовнішні джерела фінансування. Інвестиції, їх види та використання. Продукти підприємництва та їх класифікація. Методика розрахунку основних показників діяльності й обсягу беззбитковості. Прибуток у підприємстві. Особливості оподаткування юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців. Конкуренція та її вплив на підприємництво. Тактика й стратегія підприємництва та їх різновиди. Сутність і причини підприємницьких ризиків. Основні види економічних ризиків. Економічна безпека підприємства та способи її досягнення. Сучасні проблеми підприємництва в Україні.

Організаційні засади підприємництва. Мета, місія та цілі підприємництва. Оцінка підприємницької ідеї. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємництва. Технологія відкриття власної справи. Організаційно-підготовчі заходи. Суть і принципи підприємницького планування. Стратегічне й оперативне планування. Бізнес-плани та їх різновиди. Фінансове планування в підприємстві. Організаційні рішення та процедура їх ухвалення в підприємстві

Мале й середнє підприємництво. Теоретичні основи розвитку та становлення малого підприємництва. Класифікація підприємств малого й середнього бізнесу. Проблеми розвитку та підтримки малого підприємництва в Україні. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності.

Особливості підприємництва в окремих сферах діяльності. Розвиток і становлення підприємництва в сільському господарстві. Агробізнес. Організаційні форми ведення сільського господарства. Фермерське господарство як форма ведення агробізнесу. Форми кооперативних об'єднань у сільському господарстві. Загальні засади організації підприємництва в галузі торгівлі. Форми організації торгівлі. Сучасні методи мережевої та прямої торгівлі. Особливості організації підприємництва в сфері готельного господарства. Організація готельного господарства. Технологія готельного бізнесу. Економіка й організація ресторанного господарства. Технологія ресторанного бізнесу.

Державне регулювання підприємництва. Необхідність, зміст і напрямки державного регулювання підприємництва. Основні методи та механізми державного регулювання підприємництвом. Державна регуляторна політика.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. Теоретичні засади підприємництва в зовнішньоекономічній сфері. Організаційні основи підприємництва з іноземними інвестиціями. Сумісне підприємництво із зарубіжними партнерами. Митна й ліцензійна практика в зовнішньоекономічній підприємницькій діяльності.

ТОВАРОЗНАВСТВО

Вступ до товарознавства. Поняття товарознавства. Предмет і мета товарознавства. Виникнення й етапи розвитку товарознавства. Значення товарознавства у вирішенні соціально-економічних завдань у сучасних ринкових умовах. Принципи товарознавства.

Теоретичні основи формування потреб і споживання товарів Сутність потреб та їх класифікація. Типологія споживачів, сегментація ринку товарів і позиціонування товару на ринку. Класифікація вимог до товару. Утилітарні вимоги до товарів, їх характеристика. Соціальні й естетичні вимоги до товарів. Вимоги до надійності товарів.

Споживні властивості непродовольчих товарів Характеристика властивостей непродовольчих товарів. Особливості формування натуральних властивостей товарів і їх характеристика. Кількісна характеристика товарів. Фізичні властивості товарів. Властивості, що характеризують надійність товару. Ергономічні властивості товарів. Естетичні властивості товарів. Зростання ролі безпеки товарів у сучасних умовах розвитку суспільства. Екологічні властивості товарів.

Споживні властивості продовольчих товарів. Характеристика властивостей продовольчих товарів. Хімічний склад і структура харчових продуктів. Загальна характеристика споживних властивостей продовольчих товарів. Функціональні властивості продовольчих товарів.

Якість товарів. Сутність поняття «якість товару». Зміст і методи оцінювання рівня якості продукції. Доброякісність і недоброякісність товарів. Конкурентоспроможність товарів, її сутність і методи розрахунку.

Характеристика товарного асортименту та номенклатури товарів. Види та характеристики асортименту товару. Особливості товарної номенкла-

тури. Основні показники асортименту товару. Управління асортиментом товару підприємства. Фактори формування асортиментом товарів підприємства.

Зберігання товарів під час товароруху. Теоретичні основи зберігання товарів у сфері обігу. Наукові принципи зберігання. Режими зберігання товарів. Зберігання товарів під час товароруху

Стандартизація та сертифікація продукції та послуг. Сутність і основні категорії стандартизації. Види стандартів в Україні. Сертифікація та її види. Міжнародні організації зі стандартизації та знаки відповідності продукції.

Засоби товарної інформації. Інформація про товар: визначення, функції та класифікація. Засоби товарної інформації. Маркувальна інформація товарів. Інформаційні знаки. Експлуатаційно-супроводжувальна інформація. Товаро-супровідні документи.

МАРКЕТИНГ

Маркетинг у системі управління підприємством. Маркетинг як основна функція бізнесу. Місце маркетингу в системі управління підприємством. Етапи розвитку маркетингу. Основні категорії маркетингу. Види маркетингу. Методологічні основи маркетингу. Сучасна концепція маркетингу. Комплекс маркетингу. Вплив зовнішнього середовища на маркетингову діяльність організації. Фактори внутрішнього середовища діяльність компанії.

Маркетингові дослідження. Етапи процесу маркетингового менеджменту та їх зміст. Маркетингові дослідження ринку. Управління маркетинговими дослідженнями й оцінкою ринкових можливостей підприємства. Суть, мета, основні завдання маркетингових досліджень. Структура та процес маркетингових досліджень. Дослідження поведінки споживачів. Дослідження ринків. Аналіз ринкових можливостей і вибір цільових ринків підприємства. Сегментація ринку. Вибір найбільш вигідних варіантів маркетингових зусиль підприємства з погляду його цілей і ресурсів (наявний капітал, виробничі потужності, система пропонування збуту, комунікації тощо).

Формування маркетингової стратегії та планування маркетингових програм. Сутність маркетингового планування, його завдання та принципи. Формування маркетингової стратегії фірми. Адаптація до змін. Реалізація стратегії. Стратегічне, тактичне й оперативне планування маркетингу. Маркетинг у бізнес-плані фірми.

Маркетингова товарна політика. Суть маркетингової товарної політики. Класифікація товарів. Конкурентоспроможність продукції, її оцінка. Інновація в товарній політиці. Управління товаром і його життєвий цикл. Маркетингове управління в сфері послуг.

Маркетингова цінова політика. Управління ціноутворенням. Суть маркетингової цінової політики підприємства. Алгоритми маркетингового розрахунку цін. Встановлення цін на товари. Управління цінами, ціноутворення, орієнтоване на маркетинг. Ініціювання зміни цін і реакція на цінові зміни.

Управління комплексом маркетингових комунікацій. Сутність маркетингової політики комунікацій. Комунікативні стратегії. Розробка й реалізація комплексу маркетингових комунікацій. Рекламне планування. Прямий марке-

тинг. Заходи на стимулювання збуту. Планування заходів зі стимулювання збуту.

Маркетингова політика розподілу. Управління маркетинговими каналами розподілу товарів. Роль маркетингових каналів, створення каналів розподілу. Управління каналами розподілу. Розвиток каналу. Організація розподілу товарів. Організація й контроль маркетингової діяльності підприємства. Принципи та сутність контролю маркетингової діяльності. Система та процес контролю. Маркетингові організаційні структури управління. Аналіз маркетингової діяльності, її суть і мета.

МЕНЕДЖМЕНТ

Сутність менеджменту. Поняття менеджменту. Передумови менеджменту. Рівні управління. Рівень управлінської майстерності менеджера. Наукові підходи до управління.

Зовнішнє та внутрішнє середовище організації. Поняття організації. Внутрішнє середовище організації. Ціль, структура організації, завдання, технологія, персонал. Поняття та характеристики зовнішнього середовища організації. Фактори прямого впливу. Зовнішні фактори непрямого впливу.

Комунікації в менеджменті. Комунікаційний процес. Міжособистісні комунікації. Організаційні комунікації. Інформація як матеріал комунікацій та її види.

Розробка й ухвалення управлінських рішень. Сутність і класифікація управлінських рішень. Суб'єкт, об'єкт, предмет рішення. Розподіл видів управлінських рішень за рівнями управління. Процес прийняття управлінських рішень. Індивідуальні та групові методи прийняття рішень. Організація та контроль виконання рішення.

Функція планування. Планування як функція менеджменту. Принципи планування. Тактичні плани. Оперативні плани. Стратегія. Стратегічне планування. Процес стратегічного планування. Класифікація стратегій. Місія організації та її компоненти. Вимоги до цілей. Тактика та процедури планування діяльності підприємства.

Функція організація діяльності. Фази організаційного процесу. Організація як функція управління. Поняття організаційних структур. Ланка управління. Рівень управління. Класи організаційних структур. Бюрократичні (ієрархічні) організаційні структури. Адаптивні (органічні) організаційні структури.

Функція мотивації. Поняття мотивації та її зміст. Потреби як основа мотивації. Первинні та вторинні потреби. Ієрархія потреб А. Маслоу. Види мотивації. Механізми мотивації та їх ефективність.

Функція контролю. Сутність і зміст контролю. Процес контролю. Характеристика ефективного контролю. Стратегічна направленість контролю

Керівництво та лідерство. Влада, вплив і лідерство. Якості лідера. Напрями прояву лідерства в системі управління. Форми влади та впливу. Переконавання й участь. Авторитарний, демократичний і ліберальний типи керівників. Шляхи вдосконалення керівництва колективом.

Управління конфліктними ситуаціями. Природа конфлікту в організації. Причини конфліктів. Суб'єкти, об'єкт і предмет конфлікту. Динаміка виникнення й розвитку конфлікту. Способи розв'язання конфліктів. Стреси та причини їх виникнення.

ОСНОВИ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Організаційно-економічні основи біржової діяльності. Організаційна структура бірж. Основні види оптової торгівлі. Особливості біржової торгівлі. Історія розвитку біржової торгівлі. Сучасний стан світового біржового ринку.

Законодавчо-правове регулювання біржової діяльності. Загальна характеристика законодавчо-правового поля, що регулює біржову діяльність. Нормативно-правове регулювання біржової діяльності в Україні. Оподаткування біржової діяльності.

Роль і місце біржової торгівлі в формуванні аграрного ринку. Переваги реалізації сільськогосподарської продукції та продовольства через товарні біржі. Формування ринку сільськогосподарської продукції як умова діяльності аграрних бірж. Принципи розвитку, державне регулювання та структура біржового ринку сільськогосподарської продукції. Концепція розвитку біржового ринку сільськогосподарської продукції.

Біржові товари та їх види. Характеристика біржових товарів. Класифікація біржових товарів. Речові біржові товари. Фінансові інструменти. Методика подання інформації про біржові товари в спеціалізованих виданнях.

Організаційно-правові основи створення та функціонування бірж. Визначення біржі й аспекти її діяльності. Функції бірж. Класифікація бірж. Організаційна структура біржі та функції її підрозділів. Правила біржової торгівлі.

Організація і технологія біржової торгівлі. Характеристика процесу біржового торгу. Форми проведення біржових торгів. Підготовка біржового торгу. Торговий процес у біржовій операційній залі. Виконання замовлень, отриманих під час торгів.

Організація брокерської діяльності. Брокерська контора, її роль і місце в біржовій торгівлі. Брокерське обслуговування за договором. Брокерське обслуговування за дорученням. Види обмежувачих умов доручень клієнта брокеру. Економічна стратегія брокера на біржі та принципи її розробки.

Біржові угоди та їх види. Визначення біржової угоди та її аспекти. Характеристика біржової угоди. Укладення біржової угоди. Спотові угоди. Форвардні угоди. Ф'ючерсні угоди. Опціонні угоди.

Економічний механізм біржової торгівлі. Поняття хеджування та його переваги. Практика сільськогосподарського хеджування. Спекулятивні операції на біржах. Стратегія та практика спекулятивних операцій. Кліринг і розрахунки на біржовому ринку.

ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ

Зміст і розвиток торговельної діяльності. Торговля як галузь народного господарства, її роль, значення, мета, функції та особливості розвитку в умовах ринкових відносин. Види торгівлі, етапи торговельно-технологічних процесів

магазину, їх характерні особливості. Обов'язки продавця, вимоги до його особистих якостей.

Форми торгівлі. Органи контролю. Форми торгівлі в залежності від форм власності й організаційно-правових форм господарювання, їх особливості. Органи контролю в торгівлі: державний і громадський, види служб, їх функції. Мета та вимоги до проведення, заходи щодо покращення торгівлі товарами повсякденного попиту.

Види роздрібно-торговельної мережі. Форми та методи роздрібного продажу товарів. Напрямки розвитку роздрібно-торговельної мережі на сучасному етапі. Принципи розміщення роздрібно-торговельної мережі, її види. Типізація та спеціалізація роздрібно-торговельної мережі в сучасних умовах. Сучасні великоформатні торговельні комплекси, їх особливості: супер- та гіпермаркети, торгові центри, торгово-розважальні центри. Типи магазинів за асортиментом товарів, за методами продажу. Форми та методи роздрібного продажу товарів, їх відмінні особливості. Застосування нових технологій у процесі продажу товарів.

Приймання товарів. Організація, правила та порядок приймання товарів від постачальників і від матеріально відповідальних осіб. Нормативні та супровідні документи, їх використання та порядок оформлення. Правила приймання товарів за кількістю та за якістю. Особливості приймання окремих груп продовольчих товарів у магазині. Організація, правила, порядок розміщення товарів на зберігання.

Підготовка товарів до продажу. Значення попередньої підготовки товарів до продажу, основні операції, які виконують при підготовці. Особливості підготовки до продажу окремих груп продовольчих товарів із дотриманням санітарно-екологічних вимог, правил безпеки. Види пакувальних матеріалів, їх особливості та призначення. Підготовка пакувального матеріалу.

Підготовка й організація робочого місця продавця, розміщення та викладка товарів. Поняття про робоче місце, значення правильної його організації, вимоги до його організації, порядок організації на основі наукового підходу та дизайну. Утримання робочих місць у санітарному стані. Правила розміщення та викладки товарів на робочому місці продавця та торговому залі магазину самообслуговування. Інтер'єр торгового залу. Особливості розміщення та викладки окремих груп продовольчих товарів з урахуванням споживчого попиту, зручностей у роботі, товарного сусідства, дизайну.

Організація та правила процесу продажу товарів і правила торговельного обслуговування покупців. Значення правильної організації процесу продажу товарів. Основні правила роботи магазинів і порядок заняття торговельної діяльністю. Правила застосування реєстраторів розрахункових операцій. Загальні правила продажу продовольчих товарів. Правила обміну й повернення продовольчих товарів належної та неналежної якості. Терміни придатності товарів. Санітарні правила продажу товарів. Правила продажу окремих груп продовольчих товарів. Правила продажу алкогольних напоїв і тютюнових виробів. Елементи процесу продажу товарів і технологія обслуговування покупців.

Немеханічне устаткування, тара, торговий інвентар, інструменти, ваговимірювальні засоби. Значення, застосування, класифікація, вимоги до немеханічного устаткування. Модульні прилавки, вітрини, стелажі. Види немеханічного устаткування та торгового інвентарю. Тара, її призначення та класифікація. Вимоги до тари та порядок її використання. Ваговимірювальні засоби, класифікація, метрологічні, торгово-експлуатаційні й санітарно-гігієнічні вимоги. Особливості використання ваговимірювальних засобів.

Торговельно-технологічне обладнання. Торговельно-технологічне обладнання, значення. Правила експлуатації та безпеки при розвантажувальних і навантажувальних роботах. Підйомно-транспортне обладнання для товарної обробки. Машини для упаковки та подрібнення продукції. Теплове, холодильне обладнання, його види, призначення й особливості використання.

КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Загальні основи комерційної діяльності. Суть і зміст комерційної діяльності. Чинники, що впливають на розвиток комерційної діяльності. Поняття суб'єкта комерційної діяльності. Види суб'єктів комерційної діяльності. Суть і особливості організаційно-правових форм господарювання юридичних осіб.

Структура комерційних служб підприємств та їх основні функції. Основні елементи організації комерційної діяльності. Організаційні структури комерційних служб підприємства та координація їх діяльності. Основні аспекти формування організаційної структури комерційних служб. Технічні й економічні фактори, що впливають на організаційну структуру комерційних служб. Організаційна структура відділів збуту, маркетингу та матеріально-технічного забезпечення.

Планування матеріального забезпечення підприємства. Розробка плану постачання промислового підприємства, баланс матеріально-технічного забезпечення. Вивчення ринку та розробка стратегії забезпечення підприємства сировиною та матеріалами. Прямі та непрямі методи вивчення ринку сировини й матеріалів.

Організація господарських зв'язків і вибір потенціального постачальника. Розробка плану закупівель матеріальних ресурсів. Методи встановлення потреби в матеріальних ресурсах. Заготівельна політика, функціональні можливості матеріалу, вартісний аналіз. Ліміт відпуски матеріалу, норми та нормативи витрати матеріальних ресурсів. Критерії вибору постачальника. Ціна матеріальних ресурсів. Основні форми розрахунків при закупівлі матеріальних ресурсів.

Комерційна діяльність зі збуту продукції підприємства. Форми й порядок розрахунків підприємств зі своїми контрагентами. Платіжні доручення. Сегментування ринку. Розробка каналів збуту і пошук потенціальних клієнтів. Планування збуту продукції.

Організаційні форми комерційно-посередньої діяльності. Посередницька діяльність юридичних осіб. Необхідні умови посередницької діяльності. Науково-інформативні ресурси та прибутковість комерційно-посередньої діяльності.

Основні принципи та зміст стратегічного планування торгівельно-посередньої фірми. Внутрішньофірмове планування. Система довгострокового планування. Основні принципи й етапи стратегічного формування комерційно-посередньої діяльності. Основні завдання оптово-посередницької фірми на перспективу. Диверсифікація напрямків посередницької діяльності підприємства. Оперативний бізнес-план. Ціноутворення в збутовій діяльності. Ризики в комерційній діяльності.

Роль посередників у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Міжнародні комерційні операції. Суб'єкти й об'єкти міжнародних комерційних операцій. Основні та забезпечувальні міжнародні комерційні операції.

Основні показники ефективного розвитку комерційної діяльності торгівельно-посереднього підприємства. Прибуток підприємства. Ефективність комерційної діяльності. Формування кінцевих результатів і ефективності комерційної діяльності. Економічний ефект. Соціальний ефект. Локальний ефект. Критерії та показники ефективності комерційної діяльності. Показники ефективності використання основних засобів і товарних ресурсів.

Рекомендована література:

1. Апопій В. В., Міщук І. П. Організація торгівлі : підручник. 3-тє вид. / за редакцією Апопія В. В. К. : Центр учбової літератури, 2009. 632 с.
2. Балабан П. Ю., Балабан М. П., Мітяєва Т. Л., Михайленко О. М., Попова Л. О., М. М. Хурса. Комерційна діяльність : підручник / За ред. проф. П.Ю. Балабана. Х. : Світ Книг, 2015. 452 с.
3. Бевз О. П. Економіка і організація біржової торгівлі : навч. посібн. / Бевз О. П., Скотнікова М. М. К. : ЦУЛ, 2006. 43 с.
4. Біржова діяльність : опорний конспект лекцій [Електронний ресурс] / укладачі А. М. Одарченко, К. В. Сподар, О. О. Лісніченко. Електрон. дані. Х. : ХДУХТ, 2017.
5. Біржова справа : підруч. для студентів ВНЗ / [Ю. В. Мельник та ін.]; за наук. ред д-ра екон. наук, проф. О. М. Сохацької; Терноп. нац. екон. ун-т. Вид. 3-тє, перероб., змін. та допов. Тернопіль : ТНЕУ, 2014. 654 с.
6. Бойчик І. М. Економіка підприємства : підручник. К. : Кондор-Видавництво, 2016. 378 с.
7. Бородіна Н. О. Маркетинг : навч. посібник. К. : Кондор, 2014. 362 с.
8. Бутко М. П. Виробничий менеджмент : підручник. К. : ЦУЛ, 2015. 400 с.
9. Економіка підприємства : навч. посіб. / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. 2-ге видання. К. : Центр учбової літератури, 2010. 488 с.
10. Голошубова Н. О. Організація торгівлі: підручник [для студ. вищ. навч. закл.]. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 680 с.
11. Грибик І. І. Економіка та управління підприємством: теорія і практика : навч. посіб. К. : Ліра-К, 2014. 428 с.
12. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погріщук. К. : Центр учбової літератури, 2010. 304 с.
13. Губені Ю. Е. Підприємництво : навч. посіб. Львів:Укр. технології, 2012. 689 с.

14. Діденко В. М. Менеджмент: підручник. Київ : Кондор, 2008. 582 с.
15. Економіка підприємства : навч. посібник / В. В. Козик, О. Ю. Ємельянов, О. Я. Загорецька., В. М. Мельник, О. І. Гудзь. Львів : Вид-во «Простір-М», 2017. 406 с.
16. Корж М. В. Маркетинг : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 344 с.
17. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. 4-те вид., стереотип. Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», Інтелект-Захід, 2009. 384 с.
18. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшеслінський, І. В. Смолін. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 384 с.
19. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. 348 с.
20. Біржова діяльність : навчальний посібник для вузів / Т. В. Пепа, Т. І. Пішенина, В. В. Лавринович. К. : Ліра – К, 2009. 538 с.
21. Підприємництво і агробізнес : навч. посіб. / Ю. Губені, В. Андрійв, Н. Лавренюк; за ред. Ю. Губені. Львів : Укр. технології, 2012. 388 с.
22. Протопопова В.О., Головінов М.І. Економіка торговельного підприємства : навчальний посібник. Донецьк, 2009. 367 с.
23. Раровська В. В. Біржова діяльність : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / ред. В. І. Крамаренко, Б. І. Холод. К. : ЦУЛ, 2009. 144 с.
24. Основи економіки та організації підприємництва : навч. посіб. / І. В. Тирпак, В. І. Тирпак, С. А. Жуков. К. : Кондор, 2011. 284 с.
25. Товарознавство і торговельне підприємництво : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А. А. Мазаракі, Н. В. Притульська, В. А. Осика та ін. ; за ред. А. А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 652 с.
26. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник [вид. 2-ге, випр., доп.]. К. : Академвидав, 2007. 576 с.
27. Економіка підприємства : навч. посіб. / М. В. Шарко, Н. В. Мешкова-Кравченко, О. М. Радкевич. Херсон : Олді-плюс, 2014. 436 с.
28. Шваб Л. І. Основи підприємництва : навчальний посібник. 2-ге видання. К. : ЦНЛ, 2007. 368 с.
29. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. Вид. 2-ге перероб. і доп. К. : Видавництво Ліра-К, 2017. 600 с.

Оцінювання вступного фахового випробування для здобуття освітнього ступеня «Бакалавр» на базі ОКР «Молодший спеціаліст», ОПС «Фаховий молодший бакалавр», ОС «Молодший бакалавр» проводиться за 200-бальною шкалою (від 100 до 200 балів):

- питання 1-2 оцінюються максимально по 10 балів кожне;
- питання 3-4 оцінюються максимально по 20 балів кожне;
- питання 5 оцінюються максимально у 40 балів.

За повну та правильну відповідь на всі запитання абітурієнт може набрати максимально 200 балів (за 200-бальною шкалою).

При цьому до участі в конкурсному відборі допускаються особи, які отримали за результатами вступного фахового випробування не менше 130 балів.

Критерії оцінювання відповідей на питання фахового вступного випробування:

- відповідь у 90-100% від кількості балів оцінюється, якщо вступник у повному обсязі розкрив зміст питання; здатен формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами та відомостями; правильно розв'язав завдання;

- відповідь у 70-80% від кількості балів оцінюється, якщо вступник достатньо повно розкрив зміст відповіді, але при викладанні деяких аспектів не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки; правильно розв'язав завдання, але допустив незначні неточності;

- відповідь у 50-60% від кількості балів оцінюється, якщо вступник в цілому розкрив основний зміст питання, але без обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки; завдання розв'язав не повністю;

- відповідь до 50% від кількості балів оцінюється, якщо вступник недостатньо розкрив зміст теоретичних питань і практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності; завдання розв'язав частково або неправильно.

Програму розглянуто на засіданні приймальної комісії ЛНАУ (протокол № 6 від 22.03.2021 р.)