



ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. ректора, академік НААНУ

Володимир СНІТИНСЬКИЙ

24 квітня 2023 р.

ПРОГРАМА

вступного фахового випробування для здобуття

освітнього ступеня **Магістр** за спеціальністю

076 Підприємництво та торгівля

(ОПП «Підприємництво та торгівля»)

Розглянуто та схвалено

Вченою радою ЛНУП

(протокол № 8 від 24.04. 2023 р.)

Програма вступного фахового випробування для осіб, які на основі освітнього ступеня бакалавра, магістра, ОКР спеціаліста, вступають на навчання для здобуття ступеня магістра, базується на знаннях, отриманих при вивченні наступних дисциплін:

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-КУЛЬТУРА

Підприємництво та господарська діяльність. Поняття та зміст підприємництва. Види й моделі підприємництва. Принципи й умови здійснення підприємництва. Роль і функції підприємництва.

Державне регулювання підприємницької діяльності. Зміст і напрямки державного регулювання підприємництва. Необхідність і основні засоби державного регулювання підприємництвом. Державна регуляторна політика. Недержавна підтримка підприємництва.

Підприємець. Суб'єктивно-психологічні й етичні проблеми підприємництва. Підприємець як суб'єкт підприємницької діяльності. Культура підприємництва. Етика підприємницької діяльності. Особливі групи підприємців. Стиль ведення бізнесу.

Економічні та правові засади підприємництва. Правове регулювання підприємницької діяльності. Сфера обмежень підприємництва. Складові підприємництва. Завдання та практика ліцензування підприємництва, порядок видачі ліцензій. Продукти підприємництва та їх класифікація й життєвий цикл. Прибуток у підприємстві. Конкуренція та її вплив на підприємництво. Тактика й стратегія підприємництва та їх різновиди. Мета, місія та цілі підприємництва. Сучасні проблеми підприємництва в Україні.

Забезпечення надійності та безпеки підприємницької діяльності. Консалтинг у бізнесі. Основні консалтингові послуги, консалтинговий проєкт. Природа підприємницьких ризиків, основні види та причини економічних ризиків. Економічна безпека підприємництва і способи її досягнення. Джерела загроз безпеці підприємництва. Інформаційна безпека.

Організаційні засади підприємництва. Життєвий цикл підприємництва. Етапи розвитку підприємницьких структур. Підприємницьке мислення, оцінка підприємницької ідеї, підбір складових підприємництва. Технологія відкриття власної справи. Організаційно-підготовчі заходи. Ліквідація підприємницьких структур. Санація підприємницької діяльності, процедура та зміст санації. Потенціал підприємства та способи його визначення. Інкубація підприємств. Бізнес-центри. Бізнес-інкубатори. BCG-матриця в аналізі підприємництва.

Підприємницькі плани та проєкти. Роль планування в підприємницькій діяльності. Планування та прийняття рішень. Суть і принципи підприємницького планування. Стратегічне й оперативне планування. Планування в агробізнесі. Види підприємницьких проєктів. Бізнес-плани та їх різновиди. Специфічні бізнес-плани. SWOT-аналіз і його роль у плануванні. Фінансове планування в підприємстві. Методика розрахунку основних показників діяльності й обсягу беззбитковості. Роль інформації та інформаційних технологій у підприємницькому плануванні.

Державна реєстрація підприємницької діяльності. Засади й алгоритм державної реєстрації. Особливості реєстрації окремих видів підприємств. Реєстрація підприємницької діяльності без створення юридичної особи. Промисли та їх реєстрація (патентування). Неприбуткові й громадські організації та засади їх реєстрації. Ліцензування окремих видів підприємницької діяльності.

Організаційні форми підприємництва. Основні організаційні форми підприємництва. Підприємництво зі створенням і без створення юридичної особи. Види підприємств, їх переваги та недоліки. Господарські товариства та їх різновидності. Спільне підприємництво. Особливості створення та функціонування селянських (фермерських) господарств.

Корпоративні підприємства та засади їх організації. Об'єднання підприємницьких структур і їх характеристика.

Підприємництво в сільському господарстві. Агробізнес. Агробізнес як спосіб організації сільського господарства. Розвиток і становлення підприємництва в сільському

господарстві. Проблеми розвитку підприємництва в АПК. Трансформація сільського господарства в агробізнес. Організаційні форми ведення сільського господарства. Фермерське господарство як форма ведення агробізнесу. Особисте селянське господарство — форма господарської діяльності. Основні засади сільськогосподарської кооперації. Форми кооперативних об'єднань у сільському господарстві. Загальні засади та світовий досвід кооперативної діяльності.

Організація підприємництва в галузі торгівлі. Загальні засади організації торгівлі. Супермаркети й інші форми великомасштабної торгівлі. Сучасні методи мережевої та прямої торгівлі. Складові успіху торговельного підприємства. Стимулювання збуту товарів у торгівлі.

Підприємництво в сфері готельного й ресторанного господарства. Індустрія послуг і гостинності в сучасній економіці. Розвиток і становлення готельного бізнесу. Організація готельного господарства. Технологія готельного бізнесу. Економіка й організація ресторанного господарства. Технологія ресторанного бізнесу.

Організація підприємництва в сфері біржової діяльності. Біржі як суб'єкт економічного життя й підприємництва. Основні засади діяльності товарних бірж. Особливості функціонування аграрних товарних бірж. Порядок ведення біржових торгів і реєстрації угод.

Підприємництво в зовнішньоекономічній діяльності. Теоретичні засади підприємництва в зовнішньоекономічній сфері. Організаційні основи підприємництва з іноземними інвестиціями. Сумісне підприємництво з зарубіжними партнерами в сільському господарстві. Митна й ліцензійна практика в зовнішньоекономічній підприємницькій діяльності.

Бізнес-культура. Загальна характеристика культури й етики підприємництва. Сутність і структура процесу ділового спілкування. Форми ділового спілкування. Організація взаємодії ділових партнерів. Імідж підприємства. Соціальна відповідальність бізнесу.

ТОВАРОЗНАВСТВО ТА ОСНОВИ ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ

Вступ до товарознавства. Поняття, предмет і основні завдання товарознавства. Загальне та конкретизоване товарознавство. Особливості товарознавства продовольчих і непродовольчих товарів. Принципи товарознавства: безпечність, ефективність, сумісність, взаємозамінність і систематизація. Об'єкти та суб'єкти товарознавчої діяльності. Асортиментна, якісна й кількісна характеристика товару. Взаємозв'язок товарознавчої характеристики з вартістю товару.

Сучасна класифікація товарів і їх кодування. Класифікація як метод товарознавства. Вимоги до класифікації товарів у сучасних умовах. Основні ознаки класифікації продукції. Ієрархічний і фасетний методи класифікації. Державний класифікатор продукції. Класифікація товарів широкого вжитку відповідно до готової класифікації. Штрихове кодування товарів. Гармонізована система опису та кодування товарів.

Формування асортименту товарів і асортиментна політика. Товарна номенклатура. Класифікаційні ознаки асортименту товарів. Виробничий і торговий асортимент. Види асортименту за ступенем управління споживачів (раціональний, оптимальний). Поняття якості асортименту й найважливіші параметри його оцінки. Номенклатура показників якості асортименту товарів: широта, повнота, глибина, стійкість, оновлюваність, структура, раціональність і гармонійність. Управління асортиментом. Формування асортименту й асортиментна політика. Фактори формування асортименту товарів.

Споживчі властивості та формування показників якості товарів. Зміст якості товарів. Властивості товару. Показники якості продукції. Поодинокі, комплексні, базові,

визначальні показники якості. Оптимальне, дійсне, регламентоване та максимальне значення показників якості товару. Номенклатура споживчих властивостей і показників якості, їх основні групи. Методи дослідження показників якості товарів. Споживчі властивості сировини та харчових продуктів. Коротка характеристика сировини, яка використовується для виготовлення непродовольчих товарів.

Вхідний контроль якості й експертиза товарів. Комерційна характеристика товарів. Загальні та специфічні кількісні характеристики поодиноких екземплярів товарів і товарних партій. Контроль якості та кількості товарних партій. Методика відбору проб і зразків із товарних партій. Ідентифікація й оглядовість товарів. Система вхідного контролю товарів. Товаросупроводжуючі документи. Експертиза товарів, її цілі та завдання. Види експертиз. Загальна методологія експертизи. Документальне оформлення експертизи. Значення різних незалежних структур у проведенні експертизи товару.

Удосконалення технології зберігання та скорочення втрат товарів. Характеристика факторів, які сприяють зберіганню якості товарів. Умови зберігання товарів. Режими зберігання, основні принципи розміщення товарів. Основоположні принципи зберігання товарів. Методи зберігання продовольчих і непродовольчих товарів. Терміни принадності й експлуатації товарів. Розподіл товарів за терміном принадності. Терміни експлуатації. Товарні втрати. Природні втрати товарів. Передреалізаційні товарні втрати, або відходи. Якісні (актовані) втрати товарів. Заходи щодо запобігання та зниження втрат товарів.

Інформаційне забезпечення та маркування товарів. Роль інформації про товар. Види інформації про товари. Засоби товарної інформації: маркування; технічні документи; нормативні документи; довідкова, навчальна та наукова література; реклама та пропаганда. Маркування товарів — виробниче та торгове. Вимоги до маркування харчових продуктів. Інформаційні знаки, їх класифікація. Знаки відповідності та знаки екологічного маркування. Товарний знак, порядок його реєстрації та використання. Товаросупровідні документи.

Загальна товарознавча характеристика асортименту продовольчих товарів. Сучасна класифікація асортименту продовольчих товарів. Характеристика властивостей продовольчих товарів. Хімічний склад і структура харчових продуктів. Загальна характеристика споживчих властивостей продовольчих товарів. Функціональні властивості продовольчих товарів. Покращення якості та розвитку асортименту за рахунок використання білкових, овочевих, плодово-ягідних компонентів, баластних речовин і вітамінів. Вимоги до якості, особливості зберігання та реалізації основних груп харчових продуктів.

Товарознавча характеристика борошна, хлібобулочних і макаронних виробів. Хімічний склад і класифікація зернових культур. Споживчі властивості крупів, їх класифікація та асортимент, вимоги до якості та зберігання. Борошно, його класифікація, вимоги до якості та зберігання. Споживчі властивості хліба й хлібобулочних виробів. Чинники, що формують якість хлібобулочних виробів у процесі виробництва. Вимоги до якості, дефекти та зберігання хлібобулочних виробів. Класифікація, асортимент, вимоги до якості, дефекти та зберігання макаронних виробів.

Товарознавча характеристика свіжої та переробленої плодоовочевої продукції. Особливості хімічного складу овочів і плодів. Класифікація овочів і характеристика їх основних груп. Класифікація плодів і характеристика їх основних груп. Вимоги до якості та хвороби свіжих овочів і плодів. Пакування та зберігання свіжих овочів і плодів. Класифікація перероблених овочів і плодів. Плодоовочеві консерви. Ферментовані плоди й овочі. Сушені овочі й плоди. Швидкозаморожені овочі й плоди.

Товарознавча характеристика крохмалю, цукру, меду та кондитерських виробів. **Товарознавство смакових товарів.** Крохмаль і крохмалопродукти: хімічний склад, властивості, асортимент і вимоги до їх якості. Цукор: значення, сировина, виробництво, асортимент, вимоги та показники якості. Мед: хімічний склад, властивості, асортимент і вимоги до їх якості. Класифікація смакових товарів і їх фізіологічний вплив на організм людини.

Класифікація, асортимент, вимоги до якості та зберігання чаю. Класифікація, різновиди й сорти кави та кавових напоїв, вимоги до якості зберігання. Класифікація й асортимент прянощів, приправ і харчових кислот. Класифікація й асортимент безалкогольних напоїв. Класифікація й асортимент алкогольних напоїв.

Товарознавча характеристика харчових жирів, молока й молочних товарів. Класифікація й асортимент жирів у залежності від хімічного складу. Показники якості тваринних жирових товарів, види жирів, їх засвоюваність організмом людини. Рослинні олії. Показники якості, дефекти, умови зберігання, види пакування харчових жирів. Хімічний склад, харчова цінність, класифікація молока за жирністю, походженням і термічною обробкою. Асортимент, умови й терміни зберігання молока та вершків. Класифікація, асортимент і умови зберігання кисломолочних продуктів. Класифікація, споживчі властивості, фактори формування споживчих властивостей сирів. Вимоги до якості сирів. Дефекти. Терміни й умови зберігання сирів.

Товарознавча характеристика м'яса та м'ясних товарів. Класифікація, хімічний склад, харчова цінність, показники якості м'яса. Умови, терміни транспортування, зберігання та маркування м'яса. Товарознавча характеристика м'ясних консервів. Асортимент і оцінка якості м'ясних консервів і умови зберігання консервів. Товарознавча характеристика ковбасних виробів. Пакування, умови й терміни зберігання ковбасних виробів. Товарознавча характеристика швидкозаморожених кулінарних м'ясних виробів, умови й терміни їх зберігання та реалізації.

Товарознавча характеристика рибних товарів і харчових концентратів. Характеристика, харчова цінність і поживні речовини м'яса риби. Асортимент властивостей, показники якості, перевезення та зберігання риби й рибопродуктів. Технологічні особливості виробництва й асортимент сушених, в'ялених і копчених риботоварів. Асортимент рибних консервів і пресервів, вимоги до їх якості. Умови й терміни зберігання рибних консервів і пресервів. Характеристика асортименту харчових концентратів. Вимоги до якості, особливості пакування та зберігання харчових концентратів.

Загальна товарознавча характеристика асортименту непродовольчих товарів. Сучасна класифікація асортименту 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. Інноваційні технологічні процеси й оновлення асортименту непродовольчих товарів.

КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Поняття, зміст і цілі комерційної діяльності. Сутність і складові комерційної діяльності. Принципи та цілі комерційної діяльності. Чинники розвитку комерційної діяльності. Види та класифікація суб'єктів комерційної діяльності. Товари й послуги як об'єкти комерційної діяльності.

Організаційно-економічні засади здійснення комерційної діяльності. Комерційні служби підприємства. Загальні функції комерційних служб. Комерційна інформація. Способи захисту комерційної інформації. Торгова марка й товарний знак. Функції товарних знаків. Вимоги до товарних знаків Стандартизація та сертифікація товарів. Обов'язкова й добровільна сертифікація товарів. Стандарти якості продукції. Штрихове кодування товарів, робіт і послуг.

Правове регулювання комерційних взаємозв'язків між суб'єктами ринку. Господарський договір як документ, що регламентує господарські зв'язки. Види договорів. Структура та порядок укладання договорів. Реалізація договірних зобов'язань. Загальні норми ведення комерційних переговорів. Підготовка та порядок ведення комерційних переговорів. Оформлення результатів комерційних переговорів. Контроль за виконанням

договірних зобов'язань. Відповідальність за невиконання умов договору. Комерційні спори та порядок їх розв'язання.

Організація комерційної діяльності в сфері закупівель і формування товарних запасів. Зміст комерційної роботи з постачальниками та її юридичне оформлення. Критерії вибору постачальників. Організація закупівель сільськогосподарської техніки. Закупівлі товарів на ярмарках, виставках, аукціонах, міжнародних торгах (тендерах), біржах.

Збутова комерційна діяльність підприємства: загальні питання. Особливості збутової діяльності та її нормативно-правове забезпечення. Поняття асортиментної політики, асортименту та торговельної номенклатури товарів. Попит на продукцію, його вивчення та прогнозування. Розробка каналів збуту та пошук потенційних клієнтів. Поняття й суть процесу товаропросування. Принципи й методи оптимізації товаропросування. Суть і завдання раціональної організації товаропостачання торговельної мережі. Вимоги до організації товаропостачання торговельної мережі. Ефективні форми й методи товаропостачання.

Управління товаропостачанням торговельної мережі. Форми й порядок розрахунків підприємства з контрагентами.

Комерційна діяльність оптових підприємств зі збуту продукції. Суть і форми оптового продажу товарів. Оперативне планування оптових закупівель товарів. Суть, переваги й умови організації оптових закупівель товарів на основі прямих зв'язків. Оптові закупівлі товарів на основі товарообмінних операцій. Принципи й методи керування асортиментом товарів в оптовій торгівлі. Закупівля товарів на аукціонах. Поняття та значення міжнародних торгів (тендерів). Процедура підготовки та проведення тендерів. Оптові ринки сільськогосподарської продукції й особливості їх функціонування. Біржова торгівля як форма організації оптового ринку. Аграрна біржа.

Комерційна робота з роздрібною продажу товарів. Особливості комерційної роботи з роздрібною продажу товарів. Форми організації роздрібною продажу товарів. Методи роздрібною продажу товарів і умови їх застосування. Методологічні підходи до формування асортименту товарів у магазинах. Регулювання й контроль асортименту товарів у торговельній мережі. Методи активізації продажу товарів. Організація рекламно-інформаційної діяльності. Продаж товарів на аукціонах. Сервісне обслуговування як спосіб конкурентної боротьби за покупця. Організація сервісного обслуговування. Стандарти обслуговування.

Комерційна діяльність підприємств на різних ринках. Комерційна діяльність підприємств на фінансовому ринку. Комерційна діяльність підприємств на ринку орендних і лізингових послуг. Діяльність сільськогосподарських підприємств із надання сервісних послуг суб'єктам господарювання.

Комерційна діяльність підприємств у сфері зовнішньоекономічних відносин. Організація експортно-імпортних операцій. Реєстрація учасників зовнішньоекономічної діяльності. Процедури експортної діяльності підприємств. Організаційне, інформаційне та правове забезпечення комерційної діяльності на зовнішньому ринку. Правила ІНКОТЕРМС та їх роль у регулюванні відносин між продавцями й покупцями на світовому ринку. Організація взаємовідносин із митними органами. Порядок митного оформлення продовольчих товарів. Митні режими. Торгово-промислова палата. Роль торгово-промислової палати в забезпеченні зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств. Підготовка підприємства до експортної діяльності.

Ризики й ефективність комерційної діяльності. Суть і зміст комерційного ризику. Аналіз і оцінка комерційного ризику. Зниження комерційних ризиків. Особливості оцінки ефективності комерційної діяльності підприємств. Шляхи підвищення комерційної діяльності підприємств сфери виробництва й торгівлі.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ ТА ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Теоретичні засади організації торгівлі. Характеристика основних категорій теорії організації. Організація торгівлі як галузь знань. Зміст організації торгівлі. Характерні ознаки категорії «система». Синергетика й організація торгівлі. Предмет вивчення синергетики. Синергічний ефект. Закони організації. Сутність закону самозбереження. Основні принципи організації в торгівлі.

Організаційні моделі в системі торгівлі. Загальна характеристика торгівлі як системи. Особливість сучасного розвитку внутрішньої торгівлі. Види суб'єктів торговельної діяльності. Співробітництво та взаємодія між підсистемами. Об'єкти дрібнороздрібної торгівлі. Організаційні моделі в роздрібній торгівлі. Організаційні структури оптових підприємств.

Організація оптової торгівлі. Поняття оптового ринку як місця та сфери здійснення оптової торговельної діяльності. Економічна сутність оптової торгівлі. Торгівля продовольчими й непродовольчими товарами. Структура й інфраструктура оптової торгівлі. Функції оптової торгівлі. Види оптових підприємств і їх класифікація. Поняття оптової партії товару. Структура й побудова апарату оптового підприємства. Складське господарство оптового підприємства. Розміщення й оптимальні розміри оптових підприємств.

Організаційна побудова й розвиток роздрібної торговельної мережі. Суть, принципи й завдання організації роздрібної мережі. Характеристика основних видів, типів і форматів роздрібних торговців. Концентрація та спеціалізація роздрібної мережі. Територіальне розміщення роздрібної мережі. Ефективність функціонування роздрібної мережі.

Особливості організації роботи роздрібних торговельних підприємств. Дизайн та імідж магазину. Розміщування й викладання товарів. Ефективність використання торгових площ магазинів.

Формування асортименту й управління ним у магазині. Завдання й методи вивчення попиту населення на роздрібних підприємствах. Спеціалізація підприємств і планування товарного асортименту. Формування асортименту товарів у магазинах.

Організація продажу товарів у магазинах. Класифікація форм і методів роздрібною продажу товарів. Магазинні методи продажу товарів: зміст, організація, ефективність. Психологічні аспекти процесу продажу товарів. Дослідження поведінки покупців. Методи активізації продажу товарів.

Особливості мерчандайзингу. Зміст і завдання мерчандайзингу. Комплекс мерчандайзингу як загальний процес управління продажем товарів. Методологічні основи впровадження технологій мерчандайзингу. Рекламно-інформаційна робота в магазині як елемент мерчандайзингу. Управління комплексом мерчандайзингу.

Позамагазинні форми продажу товарів. Організація продажу товарів у дрібнороздрібній торговельній мережі. Організація пересувної торгівлі. Ярмарково-базарна торгівля. Нові форми позамагазинного продажу товарів.

МАРКЕТИНГ

Сутність маркетингу та розвиток його концепцій. Передумови становлення, формування й розвитку маркетингу. Концепції маркетингу. Функції, принципи й завдання маркетингу. Види маркетингу та їх характеристики. Нормативно-правова база маркетингової діяльності в Україні. Маркетингове середовище: сутність і основні складові.

Система маркетингових досліджень та інформації. Сутність і напрями проведення маркетингових досліджень. Процес організації та проведення маркетингових досліджень. Види маркетингової інформації та маркетингова інформаційна система. Методи маркетингових досліджень.

Ринок і його комплексне дослідження. Поняття й економічний зміст ринку та механізм його функціонування. Попит і пропозиція: суть, значення, особливості й основні

концепції його визначення. Поняття комплексного дослідження ринку. Сутність сегментації споживчого ринку. Стратегії охоплення ринку. Позиціонування товару на ринку.

Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики. Зміст маркетингової товарної політики. Економічна сутність товару й послуги. Маркетингове розуміння товару. Класифікація товарів і послуг. Поняття й характеристика товарного асортименту, номенклатури й марки продукції. Життєвий цикл товару.

Конкуренція та конкурентоспроможність на внутрішньому й зовнішньому ринках. Конкуренція та її види. Методи конкуренції. Загальні стратегії конкуренції. Конкурентоспроможність товару. Міжнародні критерії оцінювання конкурентоспроможності товару.

Маркетингова цінова політика на внутрішньому та на зовнішньому ринку. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні. Формування цінової політики. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики. Система цін і їх класифікація. Фактори маркетингового ціноутворення. Методичні підходи до ціноутворення й коригування цін у системі маркетингу. Маркетингові стратегії ціноутворення.

Товарорух. Система оптової та роздрібною торгівлі. Суть і цілі товароруху. Система товарного розподілу. Система оптової торгівлі. Система роздрібною торгівлі.

Маркетинг послуг у сфері некомерційної діяльності. Маркетингове обслуговування підприємства. Маркетинг послуг. Суть некомерційного маркетингу. Різновидність некомерційного маркетингу. Еволюція організації маркетингової діяльності підприємства. Організаційна структура служби маркетингу. Мета та завдання відділу маркетингу. Функції, права та відповідальність відділу маркетингу.

Стандартизація продукції та послуг. Суть, мета та завдання стандартизації продукції та послуг. Методи стандартизації: уніфікація, агрегування, взаємозв'язок. Уніфікація міжгалузєва, галузєва й виробнича. Поняття симпліфікації та типізації. Комплексна стандартизація. Випереджальна стандартизація. Державна система стандартизації.

Якість продукції та методи її оцінювання. Економічне та соціальне значення підвищення якості продукції. Визначення основних понять якості: якість, рівень якості, система якості, петля якості, комплексна система управління якістю продукції. Одиничні та комплексні показники якості продукції. Роль кваліметрії у вимірюванні якості продукції. Методи та засоби контролю якості продукції. Методи неруйнівного контролю якості й ефективність їх застосування. Методи оцінювання рівня якості продукції: диференційний, комплексний, змішаний. Експертні методи оцінювання рівня якості продукції.

Системи управління якістю продукції. Загальне управління якістю продукції. Розвиток системи якості згідно з вимогами стандартів ISO серії 9000. Принципи загального управління якістю. Міжнародні стандарти та системи якості (МС ISO серії 9000). Методи самооцінювання фірм за критеріями національних премій з якості.

Державна система сертифікації. Необхідність застосування сертифікації в сучасних умовах. Визначення основних понять сертифікації. Характеристика та визначення видів сертифікації: обов'язкова, добровільна, міжнародна, регіональна, національна. Принципи, правила та структура системи сертифікації УкрСЕПРО. Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації, правила її сертифікації. Органи із сертифікації, їх роль, завдання, функції. Порядок проведення сертифікації продукції та послуг. Сертифікати відповідності, знаки відповідності.

Нормативно-правове забезпечення сертифікації та стандартизації. Нормативно-правова база стандартизації. Правові засади національної системи сертифікації продукції УкрСЕПРО. Основні правила сертифікації товарів, що імпортуються. Визнання зарубіжних сертифікатів; порядок ввезення товарів, що підлягають обов'язковій сертифікації в Україні. Порядок митного оформлення імпортованих товарів, що підлягають обов'язковій сертифікації.

Міжнародні системи стандартизації та сертифікації. Роль і функції міжнародних організацій зі стандартизації та сертифікації. Діяльність ISO в галузі стандартизації й

сертифікації. Міжнародні організації зі стандартизації. Завдання й функції комітетів CASKO, СТАКО, REMCO. Міжнародні та європейські стандарти на системи якості: ISO 9000, MEK 300, EN 29000. Вимоги до стандартів, застосовуваних при сертифікації продукції. Основні особливості міжнародних систем сертифікації.

Рекомендована література:

1. Апопій В. В., Міщук І. П. Організація торгівлі : підруч. 3-тє вид. / за ред. Апопія В. В. К. : Центр учбової літератури, 2009. 632 с.
2. Балабан П. Ю., Балабан М. П., Мігяєва Т. Л., Михайленко О. М., Попова Л. О., Хурса М. М. Комерційна діяльність : підруч. / за ред. П. Ю. Балабана. Харків : Світ Книг, 2015. 452 с.
3. Балабан П. Ю., Тягунова Н. М., Місюкевич В. І., Михайлюкова Н. І. Торговельна логістика. К. : Центр учбової літератури, 2014. 148 с.
4. Балджи М. Д., Допіра І. А., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі : навч. посіб. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
5. Бойчик І. М. Економіка підприємства : підруч. К. : Кондор-Видавництво, 2016. 378 с.
6. Бородіна Н. О. Маркетинг : навч. посіб. К. : Кондор, 2014. 362 с.
7. Бровко О. Г. Товарознавство. Продовольчі товари : навч. посіб. К. : Кондор, 2010. 730 с.
8. Васильців Т. Г., Качмарик Я. Д., Блонська В. І., Лупак Р. Л. Бізнес-планування : навч. посіб. К. : Знання, 2013. 173 с.
9. Вінник О. М. Господарське право: навч. посіб. 2-ге вид., змін. та доп. К. : Правова єдність, 2009. 766 с.
10. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : підруч. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 680 с.
11. Гончар Л. А. Торговельне підприємництво : конспект лекцій. Дніпропетровськ : ДУ ім. Альфреда Нобеля, 2012. 145 с.
12. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV // Відомості Верховної Ради України. 2003. № 21-22. Ст. 144.
13. Грибик І. І. Економіка та управління підприємством: теорія і практика : навч. посіб. К. : Ліра-К, 2014. 428 с.
14. Губені Ю. Е. Підприємництво : навч. посіб. Львів : Укр. технології, 2012. 689 с.
15. Губені Ю., Андрійв В., Лавринюк Н. Підприємництво і агробізнес : навч. посіб. / за ред. Ю. Губені. Львів : Укр. технології, 2012. 388 с.
16. Діденко В. М. Менеджмент : підруч. Київ : Кондор, 2008. 582 с.
17. Зрезарцев М. П., Зрезарцев В. М., Парани В. П. Товарознавство непродовольчих товарів: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2009. 328 с.
18. Іванюта С. М. Підприємництво і бізнес культура : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2007. 288 с.
19. Ілляшенко С. М. Маркетинг: бакалаврський курс. Суми : ВТД «Універсальна школа», 2009. 1134 с.
20. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посіб. / Авт. кол. : Ю. М. Бажал, І. В. Бакушевич, У. Венесаар ін. / за ред. Ю. М. Бажала. К. : Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2015. 278 с.
21. Касянова Н. В., Солоха Д. В., Морєва В. В., Беякова О. В., Баклай О. В. Потенціал підприємства: формування та використання : підруч. 2-ге перероб. та доповн. К. : Центр учбової літератури, 2013. 248 с.
22. Козик В. В., Ємельянов О. Ю., Загорецька О. Я, Мельник В. М., Гудзь О. І. Економіка підприємства : навч. посіб. Львів : Вид-во «Простір-М», 2017. 406 с.
23. Комерційна логістика : навч. посіб. / А. А. Мазаракі, Т. Д. Москвітїна, В. М. Торопков та ін.; за ред. А. А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 406 с.
24. Корж М. В. Маркетинг : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2012. 344 с.

25. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : навч. посіб. 4-те вид., стереотип. Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», Інтеллект-Захід, 2009. 384 с.
26. Левченко Ю. Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : навч. посіб. К. : Кондор, 2015. 448 с.
27. Мазаракі А. А., Пшеслінський Д. М., Смолін І. В. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 384 с.
28. Малинка О. Я., Устенко А. О. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. 348 с.
29. Ніколаєва Л. В., Микитенко Л. А. Комерційне право : навч. посіб. К. : Київ. нац. екон.-торг. ун-т, 2012. 447 с.
30. Протопопова В. О., Головінов М. І. Економіка торговельного підприємства : навч. посіб. Донецьк, 2009. 367 с.
31. Тирпак І. В., Тирпак В. І., Жуков С. А. Основи економіки та організації підприємництва : навч. посіб. К. : Кондор, 2011. 284 с.
32. Товарознавство і торговельне підприємництво : навч. посіб. / 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.
33. Устенко А. О., Малинка О. Я. Теорія систем і системний аналіз в менеджменті : навч. посіб. Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. 328 с.
34. Черкашин Д. К. Підприємницьке право : навч. посіб. Харків : ХНАУ, 2011. 518 с.
35. Шваб Л. І. Основи підприємництва : навч. посіб. 2-ге видання. К. : ЦНЛ, 2007. 368 с.
36. Шкарлет С. М., Ільчук В. П. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2015. 307 с.
37. Щербина В. С. Господарське право : підруч.. К. : Юрінком Інтер, 2011. 490 с.
38. 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 Магістр 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 вступник 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 140 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 й 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 у 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 ЛНУП
(протокол №7 від 24.04.2023)