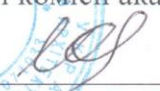


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник голови
Приймальної комісії академії

«30» березня 2020 р.

Ю. Крутій

ПРОГРАМА

фахового вступного випробування

для вступу на навчання для здобуття вищої освіти ступеня доктора філософії
за спеціальністю 076 – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітньо-наукова програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
на базі ступеня вищої освіти «Магістр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «Спеціаліст»

Схвалено на засіданні
Приймальної комісії академії
Протокол № 9 від «10» березня 2020 р.

ОДЕСА – 2020

I. ОПИС ПРОГРАМИ

Програма вступних випробувань для вступу на навчання до аспірантури на здобуття ступеня "доктор філософії" зі спеціальності 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" на базі здобутого освітньо-кваліфікаційного рівня "спеціаліст" або ступеня "магістр" розроблена з урахуванням вимог, викладених у Правилах прийому до аспірантури Одеської державної академії будівництва та архітектури у 2020 році.

Прийом вступників, що мають диплом магістра (спеціаліста) для здобуття ступеня "доктор філософії" проводиться зі спеціальностей, зазначених у Правилах прийому до аспірантури Одеської державної академії будівництва та архітектури у 2020 році за результатами вступних випробувань.

Вступні випробування відбуватимуться у формі усного завдання. Завдання містить запитання з дисциплін циклу професійної підготовки магістрів (спеціалістів) з галузі знань 07 "Управління та містобудування".

Кожне завдання вступного випробування складається з трьох запитань. Випробування розраховане на 90 хвилин.

За вірні відповіді в повному обсязі на перше та друге питання білету вступник отримує по 33 бали, на третє – 34 бали. Загальна оцінка за вступне випробування визначається як сума балів за відповіді на три питання й максимальне її значення – 100 балів.

Підсумки вступних випробувань оголошуються вступникам приймальною комісією ОДАБА.

II. ЗМІСТОВА ЧАСТИНА ПРОГРАМИ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

Економіка підприємства

1. Функції, організаційно-правові форми підприємств.
2. Основні фонди підприємства.
3. Оборотні кошти підприємства.
4. Персонал підприємства.
5. Виробничий процес та його структура.
6. Типи та методи організації виробництва.
7. Оцінка ефективності виробництва.
8. Планування діяльності підприємства
9. Сутність інвестицій та інвестиційної діяльності.
10. Стратегії розвитку підприємства та бізнес-планування.

Менеджмент

1. Менеджмент як професійна діяльність, наука і навчальна дисципліна.
2. Розвиток теорії і практики менеджменту.
3. Поняття, загальні риси та середовище організації.
4. Принципи та функції менеджменту.
5. Сутність методів менеджменту та їх класифікація.
6. Сутність, класифікація та процес вироблення управлінських рішень.
7. Значення та види комунікацій в управлінні.
8. Управління конфліктами та змінами.
9. Кадрова політика організації.
10. Критерій результативності й розвитку організаційної системи.

Маркетинг

1. Маркетингове середовище. Маркетингові і ринкові можливості.
2. Сутність і функції маркетингової діяльності.
3. Сегментування ринку.
4. Товарна політика підприємства.

5. Цінова політика підприємства.
6. Комунікаційна політика підприємства.
7. Збутова політика підприємства.
8. Організаційно-управлінський механізм маркетингу.
9. Аналіз та оцінка маркетингової діяльності підприємства.
10. Методи маркетингового аналізу.

III. Критерії оцінювання рівня знань вступників

Предметна комісія оцінює усні відповіді вступника (на кожне питання білету окремо) за такими критеріями:

26 - 33(34) бали – вступник дав правильну й вичерпну відповідь на поставлене запитання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей та явищ, навів приклади.

10 - 25 балів – вступник загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, припустився незначної помилки у використанні понятійного апарату, показав у цілому задовільні знання літературних джерел.

0 - 9 балів – вступник дав неправильну або неповну відповідь на запитання, не навів відповідної аргументації, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури або взагалі нічого не відповів.

IV ЛІТЕРАТУРА

1. Армстронг Г. Основы маркетинга: 4-е европейское изд. / Г. Армстронг, В. Вонг, Ф. Котлер, Дж. Сондерс; [пер. с англ.] – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 1200 с.
2. Бай, С. І. Менеджмент організації. : Практикум: Навчальний посібник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004 . – 177с.
3. Васильков В.Г., Василькова Н.В. /Організація і управління процесами виробництва. Навчальний посібник. К: КНЕУ, 2011. – 503 с.
4. Виханский, О.С. Менеджмент : Учебник . – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Экономистъ, 2005 . – 670с.
5. Г.В. Менеджмент організацій : навч. посіб. / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – Київ : Кондор, 2009. – 860 с.
6. Дідковська Л. Г. Менеджмент : Навчальний посібник / Л. Г. Дідковська, П. Л. Гордієнко . – К. : Алерта КНТ, 2007 . – 516с.
7. Котлер, Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер, [пер. с англ.]. – М.: Издательство АСТ, 2009.– 230 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, [пер. с англ.]. – СПб.: Питер, 2004. – 800 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я / Ф. Котлер, [пер. с англ.]. – СПб.: Нева, 2003. – 211 с.
10. Котлер Ф. Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності / Ф. Котлер, Дж. А. Касліоне [пер. з англ. під ред. Т.В. Співаковської, С.В. Співаковського]. — К.: Хімджест, ПЛАСКЕ. — 2009. — 208 с.
11. Кузьмін О.Є. Основы менеджменту : Підручник / О. Є. Кузьмін, О.Г.Мельник. — 2-е изд., виправл., допов. — К. : Академвидав, 2007 . — 464с.
12. Бейкер М.Дж. Маркетинг философия или функция / М. Дж. Бейкер; [пер. с англ.] [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.iworld.ru/attachment.php?barcode=978531800124&at=exc&n=0>.
13. Маркетинг: Підручник / [В.Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін. – 4-те вид.] — К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – С. 648.
14. Мартиненко, М.М. Основы менеджменту. : Підручник . – Київ : Каравела, 2005 . – 496с.
15. Мартыненко, Н. М. Основы менеджмента : Учебник / Н.М. Мартыненко. — К. : Каравелла, 2011 . – 494с.

16. Окландер Т.О. Модернізація маркетингової діяльності промислових підприємств / Т. О. Окландер: [монографія]. – Донецьк: "Ноулідж", 2013. – 292 с.
17. Мошек Г.Є. Менеджмент підприємства : підручник / Г.Є. Мошек. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 391 с.
18. Мурашко, М. І. Менеджмент персоналу : Навчальний посібник / М. І. Мурашко. – 3-тє вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2008 . – 435с.
19. Павленко А. Ф. Маркетинг: [підручник] / А.Ф. Павленко, А. В. Войчак – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
20. Сердюк, О. Д. Теорія та практика менеджменту : Навчальний посібник – Київ : Професіонал, 2004 . – 432с.
21. Сладкевич В. П. Сучасний менеджмент організацій. : Навчальний посібник / В. П. Сладкевич, А. Д. Чернявський . – К. : МАУП, 2007 . – 488с.
22. Сухарський, В. С. Менеджмент : Навчальний посібник . – 2-е вид. доп. переробл. – Тернопіль : Астон, 2004 . – 350с.
23. Туленков, М. В. Сучасні теорії менеджменту : Навчальний посібник / В. М. Туленков. – К. : Каравела, 2012 . – 303с.
24. Хміль Ф.І. Основи менеджменту / Ф.І. Хміль. – Київ : Академія, 2003.
25. Еванс Дж. Маркетинг / Дж. Еванс, Б. Берман; [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1993. – 335 с.
26. Швиденко Г. О., Приходько Л. М. / Оптимізація бізнес-процесів. Навчальний посібник. К: КНЕУ, 2012. – 487

Голова предметної комісії



А. Ковров