



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

УЗГОДЖЕНО

Голова предметної комісії

А. Ковров

«10» травня 2022 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова Приймальної комісії

А. Ковров

«10» травня 2022 р.



ПРОГРАМА

фахового вступного випробування
зі спеціальності

076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

освітньо-наукова програма підготовки

Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Ступінь вищої освіти
Доктор філософії

Вступ на основі
Спеціаліст, магістр

СХВАЛЕНО

на засіданні Приймальної комісії

Протокол № **10**

від «10» травня 2022 р.

" " 076 " " " " "

" - " " " " "

2022 . () "

" , " 2022 .

" () 07 "

" .

90 .

33 , - 34 .

- 100 .

II.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

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. 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>.
2. Близнюк С. В. Маркетинг в Україні : проблеми становлення та розвитку : [монографія] / С. В. Близнюк ; Міжрегіональна акад. упр. персоналом ; [2-ге вид., випр. і допов.]. - К. : Політехніка, 2009. - 400 с.
3. Васильков В.Г., Василькова Н.В. /Організація і управління процесами виробництва. Навчальний посібник. К: КНЕУ, 2011. – 503 с.
4. Маркетинг : навч. посібник / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко, О.Ю. Пригара, Л.О. Ярош-Дмитренко / за заг. ред. Старостіної А.О. – К. : «НВП «Інтерсервіс», 2018.
5. Маркетинг : термінологічний словник / А.О. Старостіна, Н.Ю. Кочкіна, В.В. Журило [та ін.] / за ред. А.О. Старостіної. К. : «НВП «Інтерсервіс», 2017.
6. Маркетинг: підручник / [В.Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.]. ред. – упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – [4-те вид.]. – К.: навч.- метод. центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2009. – 648с.
7. Маркетинг: Підручник / Старостіна А. О., Длігач А. О., Гончарова Н. П., Крикавський Є. В. та ін.; за заг. ред. Старостіної А. О. - К.: Знання, 2009. - 1070 с.
8. Мартыненко, Н. М. Основы менеджмента : Учебник / Н.М. Мартыненко. – К. : Каравелла, 2011. – 494с.
9. Окландер Т.О. Модернізація маркетингової діяльності промислових підприємств / Т. О. Окландер: [монографія]. – Донецьк: "Ноулідж", 2013. – 292 с.
10. Туленков М. В. Сучасні теорії менеджменту : Навчальний посібник / В. М. Туленков. – К. : Каравела, 2012. – 303с.
11. Швиденко Г. О., Приходько Л. М. / Оптимізація бізнес-процесів. Навчальний посібник. К: КНЕУ, 2012. – 487

Розробник програми – завідувача кафедрою
Економіки та підприємництва,
д.е.н., професор кафедри



Окландер Т.