



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

УЗГОДЖЕНО

Голова предметної комісії

А. Ковров

«30» березня 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова Приймальної комісії

А. Ковров

«30» березня 2021 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 № **11**

від «30» березня 2021 р.

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 2021 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 2021 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 адміністрування".

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 отримає 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 академії.

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. 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.