



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ  
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ**



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Голова Приймальної комісії

**Анатолій КОВРОВ**

04 2024 р.

**ПРОГРАМА**

та критерії оцінювання фахового вступного випробування  
зі спеціальності

**076 Підприємництво та торгівля**

освітньо-наукова програма підготовки

**Підприємництво та торгівля**

Ступінь вищої освіти

**Доктор філософії**

Вступ на основі

**Спеціаліст, магістр**

**СХВАЛЕНО**

на засіданні Приймальної комісії

Протокол № 20

від « 04 » липня 2024 р.

## I. ОПИС ПРОГРАМИ

Програма вступних випробувань для вступу на навчання до аспірантури на здобуття ступеня «доктор філософії» зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» 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 2024 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 2024 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 чотирьох запитань. Випробування розраховане на 120 хвилин.

За вірні відповіді в повному обсязі за кожне питання білету вступник отримує по 50 балів.

Загальна оцінка за вступне випробування визначається як сума балів за відповіді на чотири питання й максимальне її значення – 200 балів.

Мінімальна кількість балів, яку має набрати вступник для отримання позитивної оцінки за результатами фахового вступного випробування зі спеціальності – 100 балів.

Підсумки вступних випробувань оголошуються вступникам приймальною комісією академії.

## II. ЗМІСТОВА ЧАСТИНА ПРОГРАМИ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

1. Поняття підприємства, цілі діяльності, зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства.

2. Функції, організаційно-правові форми підприємств, об'єднання підприємств.

3. Продуктивні сили підприємства. Засоби виробництва підприємства. Засоби праці та предмети праці.

4. Виробнича потужність підприємства

5. Поняття «основні засоби», «основний капітал», «необоротні активи підприємства». Структура основного капіталу підприємства.

6. Види класифікації основних засобів. Оцінка основних засобів.

7. Види вартості основних засобів. Основні форми відтворення основних засобів на підприємстві.

8. Показники, що характеризують ефективність використання основних засобів підприємства.

9. Нематеріальні ресурси та активи
10. Поняття оборотних коштів. Економічна сутність оборотних коштів підприємства.
11. Джерела формування і кругообіг оборотних коштів на підприємстві.
12. Показники ефективності використання оборотних коштів.
13. Показники, що характеризують трудовий потенціал.
14. Класифікація і структура персоналу підприємства.
15. Сутність і функції заробітної плати.
16. Форми і системи оплати праці.
17. Склад і структура фонду оплати праці.
18. Основні принципи організації та регулювання оплати праці.
19. Сутність інвестицій та інвестиційної діяльності.
20. Стратегії розвитку підприємства та бізнес-планування.
21. Сутність і функції торгівлі.
22. Суб'єкти торгівлі.
23. Суб'єкти комерційного посередництва.
24. Сутність процесів товароруку і товаропостачання.
25. Товаропостачання роздрібною торговельною мережі.
26. Вимоги і принципи, форми організації товаропостачання.
27. Методи визначення потреби в товарах.
28. Організаційні моделі у сфері торгівлі.
30. Типи магазинів.
31. Показники кількісного і якісного складу роздрібною торговельною мережі.
32. Основні групи приміщень магазину.
33. Види технологічного планування.
34. Нормативне співвідношення видів торгових площ.
35. Принципова схема технологічного процесу магазину.
36. Механізація операцій технологічного процесу у магазині.
37. Завдання вивчення попиту населення на роздрібних підприємствах.
38. Еволюція поглядів на сутність менеджменту.
39. Ранні теорії менеджменту.
40. Організація як об'єкт управління.
41. Менеджмент як професійна діяльність, наука і навчальна дисципліна.
42. Розвиток теорії і практики менеджменту.
43. Поняття, загальні риси та середовище організації.
44. Принципи та функції менеджменту.
45. Сутність методів менеджменту та їх класифікація.
46. Сутність, класифікація та процес вироблення управлінських рішень.
47. Основні моделі прийняття управлінських рішень
48. Системний підхід до менеджменту в організаціях (установах).
49. Процесно-орієнтований підхід до менеджменту в організаціях (установах).
50. Ситуаційний підхід до менеджменту в організаціях (установах).
51. Методи творчого пошуку альтернатив управлінських рішень.

52. Етапи стратегічного планування в організаціях (установах).
53. Інструменти обґрунтування управлінських рішень.
54. Значення та види комунікацій в управлінні.
55. Управління конфліктами та змінами.
56. Кадрова політика організації.
57. Критерій результативності й розвитку організаційної системи.
58. Сутність концепції маркетингу. Причини виникнення маркетингу.
59. Маркетингове середовище. Маркетингові і ринкові можливості.
60. Комплекс маркетингу.
61. Класифікація маркетингу.
62. Методи маркетингових досліджень.
63. Система маркетингової інформації
64. Сутність і функції маркетингової діяльності.
65. Сегментування ринку.
66. Товарна політика підприємства.
67. Цінова політика підприємства.
68. Комунікаційна політика підприємства.
69. Збутова політика підприємства.
70. Теорія життєвого циклу товару.
71. Організаційно-управлінський механізм маркетингу.
72. Аналіз та оцінка діяльності підприємства.
73. Особливості ринку промислових підприємств.
74. Чинники, що впливають на поведінку кінцевих споживачів.
75. Чинники, що впливають на поведінку промислових споживачів.
76. Стратегічні моделі розвитку.
77. Стратегії сегментації та вибору цільового ринку.

### **III. Критерії оцінювання рівня знань вступників**

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

41 - 50 балів – вступник дав правильну та вичерпну відповідь на поставлене запитання, продемонстрував глибокі знання, розуміння питання та літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей та явищ, навів приклади.

25 - 40 балів – вступник загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, припустився незначної помилки у використанні поняття запитання, показав у цілому задовільні знання літературних джерел.

5 - 24 бали – вступник дав неповну відповідь на запитання, не навів відповідної аргументації, показав незадовільні знання в розумінні понятійного апарату відповідного питання і спеціальної літератури.

0 - 4 бали – вступник дав неправильну відповідь на запитання, показав відсутність знань в розумінні понятійного апарату відповідного питання або взагалі нічого не відповів.

#### **IV. Література**

1. Економіка підприємництва: підручник / Окландер Т.О., Ветрогон О.В., Петрищенко Н.А., Серьогіна Н.В. За ред д.е.н., проф. Л.В. Фролової – Одеса: Бондаренко М.О., 2020. 708 с.
2. Економіка будівельного підприємства: підручник / Т.О. Окландер, І.А. Педько, О.Л. Камбур та ін.: К: Центр учбової літератури, 2018. 363 с.
3. Бойчик І.М Економіка підприємства: підручник. К.: Кондор, 2016. 378 с.
4. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за ред. д.е.н., проф. Сотник І.М., д.е.н., проф. Таранюка Л.М. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
5. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Підручник. К. :КНЕУ, 2003. 246 с.
6. Менеджмент: навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г. Мельник, О.Р. Саніна. Львів. Вид-во Львівської політехніки, 2012. 240 с.