



Національний університет
«Острозька академія»



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова Приймальної комісії
Національного університету
«Острозька академія»



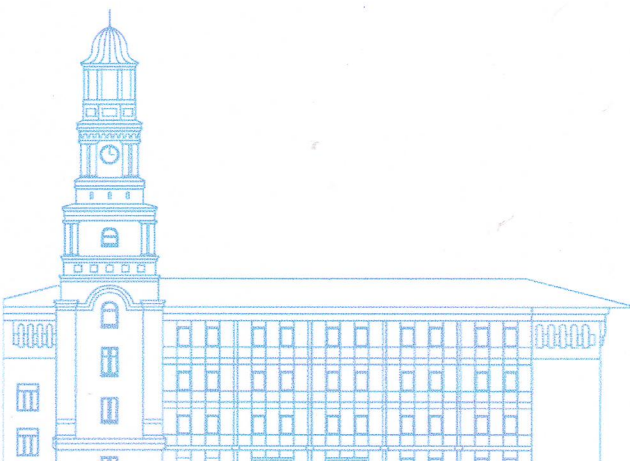
І. Д. Пасічник

«29» березня 2021 року

ПРОГРАМА ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

для вступників до аспірантури зі спеціальності
073 «Менеджмент»

Острог – 2021



Програма вступного випробування для вступників до аспірантури для здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 Менеджмент / Укладачка: доц. Козак Л. В. – Острог : НаУОА, 2021.

Програма розглянута та схвалена на засіданні кафедри економічної теорії, менеджменту та маркетингу (Протокол № 8 від 25 березня 2021 року).

Завідувач кафедри
економічної теорії,
менеджменту і маркетингу



Наталія ІВАНЧУК

Програма розглянута та схвалена на засіданні Приймальної комісії Національного університету «Острозька академія» (Протокол № 6 від 29 березня 2021 року).

Відповідальний секретар
приймальної комісії



Юлія ХАРЧУК

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Мета вступного випробування полягає у з'ясуванні рівня теоретичних знань та практичних навичок вступників, які вступають на навчання до аспірантури для здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 «Менеджмент» на основі освітнього ступеня магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста), здобутого за цією або іншою спеціальністю.

Результати вступного випробування використовуватимуться під час формування рейтингового списку та конкурсного відбору вступників у межах ліцензованого обсягу.

II. ПОРЯДОК СКЛАДАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Організація вступного випробування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію Національного університету «Острозька академія» та Положення про організацію та проведення вступних випробувань у Національному університеті «Острозька академія» https://www.oa.edu.ua/abiturijentovi/receiving_commission/polozhenya_pro_pruymalny_komisiyu

Вступне випробування проводиться в усній формі з таких дисциплін або блоків дисциплін, як: «Менеджмент», «Маркетинг», «Фінансовий менеджмент», «Стратегічне управління».

Вимоги до здібностей і підготовленості вступників.

Вступники до аспірантури за напрямом 073 Менеджмент при складанні вступного іспиту зі спеціальності мають продемонструвати теоретичні знання, уміння, навички та інші компетентності, достатні для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у галузі професійної та дослідницько-інноваційної діяльності з обраної спеціальності. Обов'язковою умовою є вільне володіння державною мовою.

III. НАВЧАЛЬНИЙ МАТЕРІАЛ, ЯКИЙ ВІНОСИТЬСЯ НА ВСТУПНЕ ВИПРОБОВУВАННЯ ТА ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ

3.1. Менеджмент

Сутність та методологічні основи менеджменту. Сутність категорій управління та менеджменту. Історія виникнення менеджменту як науки. Закони, закономірності, принципи та методи менеджменту. Організація як об'єкт управління. Загальна характеристика та класифікація організацій. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації. Критерії та ознаки ефективності діяльності організацій.

Функції менеджменту. Сутність та класифікація функцій менеджменту. Планування, його види та зміст. Особливості стратегічного планування. Тактичне та бізнес-планування. Організація взаємодії як функція менеджменту. Види організаційних структур управління. Основні принципи ефективності організаційних структур управління. Мотивація як функція менеджменту. Основні поняття, на яких ґрунтуються теорії мотивації. Класифікація та короткий зміст теорій мотивації. Матеріальне стимулювання праці як основна складова в системі мотивації персоналу організації. Система оплати праці та її складові. Основні елементи тарифної системи оплати праці. Система доплат і надбавок. Основні підходи до формування ефективної системи преміювання. Поняття, зміст та види контролю. Процес контролю, його основні етапи. Критерії ефективності контролю.

Роль комунікацій у менеджменті. Поняття та загальна характеристика комунікацій. Елементи та етапи процесу комунікацій. Формування ефективних міжособистих та організаційних комунікацій.

Прийняття рішень у менеджменті. Сутність та класифікація управлінських рішень. Вироблення та реалізація раціональних управлінських рішень. Методи оптимізації управлінських рішень. Досвід США та Японії щодо прийняття управлінських рішень.

Керівництво та влада в організації. Поняття та загальна характеристика керівництва. Форми влади та впливу. Класифікація підходів до розуміння лідерства. Поняття про стиль керівництва та його основи. Одномірні та багатомірні стилі керівництва. Адаптивне керівництво.

Управління конфліктами та стресами в організації. Природа та види конфліктів в організації. Конфлікт як процес. Методи розв'язання конфлікту. Природа стресів та управління ними.

Основи кадрового менеджменту. Сутність та функції кадрового менеджменту. Характеристика персоналу фірми. Класифікація посад. Регламентація посадових прав та обов'язків. Технологія управління персоналом та його розвитком в організації. Відбір та прийом персоналу. Адаптація працівників. Ділова кар'єра та її організація. Методи оцінки персоналу

Рекомендована література:

Базова

1. Друкер Питер, Ф., Макьярелло Джозеф А. Менеджмент.: Пер. с англ. — М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2010. — 704 с .
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менежмента: Пер. С англ.. – М.: Дело, 2000. – 704с.
3. Мостецька Т.Л., Новак В.О., Луцький М.Г., Ільєнко О.В. Менеджмент: підручник.- 2-ге виддання.- К.:Кондор, 2012 .- 758 с.

Допоміжна

4. Баєва О.В., Новальська Н.І., Згала-Лозинська Л.О. Основи менеджменту: практикум: Навч. Посібник. – К.:ЦУЛ, 2007. – 524 с.
5. Трейсі Б. Делегування@керування / перекл. з англ. Л. Хлівної. – Харків:Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2018.- 128 с.
6. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О. М.Менеджмент в організації: Навчальний посібник .-К.:Кондор, 2004 .- 598 с.
7. Гірняк О.М., Лазановський П.П. Менеджмент: навчальний посібник .- Львів:Магнолія плюс, 2004 .- 352 с.
8. Дикань Н.В., Борисенко І.І. Менеджмент: Навчальний посібник .- К.:Центр навчальної літератури, 2008 .-389 с.
9. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. — М.: Вильямс, 2001. —272 с.
10. Друкер П.Ф. Практика менеджмента: Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2001. - 398 с.
11. Менеджмент : навч. посіб. / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, С. М. Макуха та ін. ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2013. – 216 с.
12. Окорський В. П. Основи менеджменту: Навчальний посібник. Рівне: НУВГП, 2009. – 400 с.
13. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту. - К.:Кондор.- 2008. - 664с.
14. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / кол. авторів; за ред. А.А. Мазаракі; Харків: Фоліо, 2014. – 846 с.

15. Основи менеджменту. Теорія і практика : Навч. посіб. / Г.Є. Мошек, І.П. Миколайчук, Ю.І. Палеха, Ю.В. Поканевич, А.С. Соломко, О.В. Коваленко, Н.В. Коваленко, В.С. Ціпуринда, Г.П. Сиваненко, О.І. Белова; за заг. ред. проф. Мошека Г.Є. – Київ : Видавництво Ліра. - К, 2017. – 528 с.

16. Постанова КМУ від 30 серпня 2002 р. № 1298 «Про оплату праці працівників на основі Єдиної тарифної сітки розрядів і коефіцієнтів з оплати праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери». – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/ru/index>

17. Проект Закону України «Про Державний бюджет України на 2020 рік»

18. Пушкар Р.М., Тарнавська Н.П. Менеджмент: теорія та практика. - Тернопіль, Карт-бланш, 2005.- 486 с.

19. Скрипко Т.О. Менеджмент. - К.:ЦУЛ, 2006.-176 с.

20. Соболев С.М., Багацький В.М. Менеджмент. - К.: Знання, 2004. – 365с.

21. Стадник В. В., Йохна М. А. Менеджмент: Підручник. - К.: Академвидав, 2007. - 472 с.

22. Стахів О. Г., Явнюк О. І., Волошук В. В. Основи менеджменту: Навчальний посібник. / За наук. ред. док. екон. наук, проф. М. Г. Бойко. – ІваноФранківськ, «ЛілеяНВ», – 2015. – 336 с.

23. Шегда А.В. Менеджмент: Підручник. – К.: Знання, 2004. - 420 с.

3.2. Маркетинг

Теоретико-методологічні основи маркетингу. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Основні функції та принципи маркетингу. Основні категорії маркетингу як науки. Задоволення потреб споживачів як основна ціль маркетингу та їх врахування при формуванні маркетингової концепції товару. Еволюція концепцій управління маркетингом. Система засобів маркетингу. Види маркетингу.

Вибір та обґрунтування товарної політики підприємства. Сутність та класифікація товарів. Маркетингові концепції мультиатрибутивного товару. Управління марочними стратегіями, товарним асортиментом та номенклатурою. Управління маркетинговими стратегіями на різних стадіях життєвого циклу товару (ЖЦТ). Особливості маркетингу послуг.

Цінова політика та її роль в системі маркетингу. Сутність та мета цінової політики. Структура та класифікація цін з позицій ціноутворення. Основні вимоги до цін. Способи та методи ціноутворення. Чинники, що визначають чутливість покупців до цін. Стратегії ціноутворення на нові товари та в рамках товарної номенклатури. Стратегії коректування цін. **Теорія та методологія комерційного ціноутворення.** Методичні підходи формування цін виробника. Класифікація базисних умов поставок. Методика формування гуртових цін. Методика формування роздрібних цін.

Збутова політика як складовий елемент системи маркетингу. Сутність та значення збутової політики. Поняття каналу розподілу. Внутрішня структура та принципи функціонування каналів розподілу. Управління каналами розподілу. Особливості організації роздрібною торгівлі. Типи роздрібних посередників. Особливості організації гуртової торгівлі. Типи гуртових посередників. Сутність маркетингової логістики.

Маркетингова комунікаційна політика як складовий елемент системи маркетингу. Сутність та засоби комунікаційної політики. Реклама та її види. Стимулювання збуту. Пропаганда та особистий продаж. Особливості формування та значення маркетингових комунікацій в сучасних умовах.

Теорія та методологія ринкової поведінки підприємства. Поняття про маркетингове середовище фірми. Сутність та складові маркетингової інформаційної системи. Методи прогнозування та оцінки попиту. Аналіз споживчих ринків та поведінки покупців. Модель купівельної поведінки та основні фактори, що визначають поведінку кінцевих споживачів. Процес прийняття рішення та типи купівельної поведінки кінцевих споживачів. Аналіз поведінки покупців на діловому ринку. Сутність та особливості ділового ринку. Основні фактори, що визначають поведінку ділових покупців. Процес здійснення закупок для потреб організації. Типи ділових закупок.

Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві. Сутність та рівні сегментування ринків. Основні принципи сегментування ринку кінцевих споживачів та ділового ринку. Оцінка ефективності обраного ринкового сегменту. Модель п'яти чинників галузевої конкуренції. Модель «національного діаманту». Сутність та сучасні підходи формування стратегій позиціонування товарів та послуг. Ланцюжок цінності М Портера. Конкурентні стратегії позиціонування. Галузеві детермінанти стратегій позиціонування. Сутність, принципи та методи маркетингового планування. Маркетингова оцінка бізнес-портфелю підприємства. Маркетинговий аудит підприємства. SWOT-аналіз. Основні підходи до організації маркетингової служби.

Рекомендована література:

Базова

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспрес курс. 3-е изд. — СПб., Питер, 2010. — 480 с.
2. Маркетинг / Під ред. В. Руделиус, О.М. Азаряна, Н.О. Бабенко та ін. - К: Навчально-методичний центр «Консорціум з удосконалення менеджмент освіти в Україні», 2008, -648с.
3. Маркетинг: підручник / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.; за ред. А. О. Старостіної, - К: Знання, 2009.- 1070с.

Додаткова

1. Блэкуэлл Р. Поведение потребителей / Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. ; [пер. с англ. Е. Колотвина, Л. Круглова-Морозова]. – [10 изд.]. – СПб. : Питер, 2007. - 944 с.
2. Бородіна Н.О. Маркетинг: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2007. – 362 с.
3. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг: навчальний посібник. – Київ.: «Фірма «ІНКОС», - ЦНЛ, 2007. - 255 с.
4. Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю. Маркетингові дослідження: Навч. посібник / За ред. С.М. Ілляшенка. – К.:ЦНЛ, 2006. – 192 с.
5. Кларк Г. Маркетинг сервісу, що приносить прибуток. – К.:Знання, 2006. – 302 с.
6. Колесников О. В. Ціноутворення. Видання 3=е виправлене та доповнене. Навч. пос. – К.: ЦУЛ, 2007. – 144 с.
7. Корж М. В. Маркетинг: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 344 с.
8. Корнєв В.Л., Корецький М.Х., О.І. Дацій Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник.- К.: ЦУЛ, 2007. – 200 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Гермаван Картаджайя, Іван Сетьяван : пер. з англ. К. Куницької та О. Замасвої. – 2 вид. виправл. — К: Вид. група КМ-БУКС, 2019. — 224 с. іл.
10. Котлер Ф., А. Сетьяван, Х. Картаджайя. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. Экспрес курс. 3-е изд. — СПб., Питер, 2011. — 197 с.
11. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с французского.-СПб. : Наука, 1996.- 589 с.

12. Логістика: навчальний посібник / О.М. Тридіт, Г.М. Лазаренкова, С.В. Мішина, І.І. Борисенко. – К.: Знання, 2008. – 566 с.
13. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник / За ред. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 928 с.
14. Мостенська Т.Л. Основи маркетингу: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2006. – 240 с.
15. Огіллі Д. Про рекламу/ Пер. з англ. Д. Шостака.- Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2019.- 285 с.
16. Оснач О. Ф. Промисловий маркетинг: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]/О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко – К.: Центр учбової літератури, 2009. –364с.
17. Смарт Р. Agile- маркетинг. Перетворення досвіду клієнтів на вашу конкурентну перевагу/ Пер. з англ. Л. Герасимчука. - Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2019.- 285 с.
18. Старостіна А.О., Длігач А.О., Кравченко В.А. Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підручник / за ред. Старостіної А.О. – К.: Знання, 2005. – 764 с.
19. Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни / Пер. з англ. І. Коберник. —К.: Companion Gгоир, 2006. — 256 с.
20. Траут Дж., Ривкин С. Сила простоти: руководство по успешным бизнес-стратегиям/ Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2007. — 240 с.
21. Рудая Е. А. Основы бренд-менеджмента: Учеб. пособие для студентов вузов / Е. А. Рудая. — М.: Аспект Пресе, 2006. — 256 с.
22. Траут Дж., Ривкин С. Дифференцируйся или умирай! Выживание в эпоху убийственной конкуренции / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2008.- 288с.
23. Шкварчук Л. О. Ціноутворення. Підручник -К.: Кондор, 2008 - 460с.
24. Щербань В.М. Маркетинг: Навчальний посібник. – К.:ЦНЛ, 2006. – 208 с.

3.3. Фінансовий менеджмент

Теоретичні та організаційні основи фінансового менеджменту. Сутність фінансового менеджменту. Цілі і задачі, об'єкти фінансового менеджменту. Поєднання стратегії і тактики фінансового менеджменту. Функції і принципи фінансового менеджменту. Базові показники, що використовуються у фінансовому менеджменті.

Система забезпечення фінансового менеджменту. Інформаційне забезпечення та його використання у фінансовому менеджменті. Фінансова звітність як основне джерело інформації. Організація фінансового менеджменту. Особливості організації фінансового менеджменту залежно від форми організації бізнесу і сфери діяльності.

Управління грошовими потоками на підприємстві. Сутність та класифікація видів грошових потоків. Формування грошових потоків підприємства. Методи оптимізації грошових потоків підприємства. Управління вхідними та вихідними грошовими потоками. Визначення вартості грошей в часі та її використання у фінансових розрахунках. Концепція вартості грошей в часі. Оцінка вартості грошей за складними відсотками. Вартість грошей при ануїтеті. Розрахунок теперішньої вартості грошових коштів.

Управління прибутком. Зміст і задачі управління прибутку. Ризик отримання прибутку, гранична виручка, граничні затрати. Поріг рентабельності. Політика максимізації прибутку підприємств. Операційний леверидж. Дивідендна політика.

Управління активами. Сутність активів та роль в здійсненні підприємницької діяльності. Принципи формування активів. Політика управління активами. Управління запасами. Управління дебіторською заборгованістю.

Вартість і оптимізація структури капіталу. Вартість капіталу і принципи її оцінки. Вартість функціонуючого власного капіталу. Вартість позиченого капіталу. Оптимальна структура капіталу.

Управління інвестиціями. Сутність і значення інвестиційної діяльності підприємства. Управління реальними інвестиціями. Управління джерелами фінансування капітальних вкладень. Амортизаційна політика підприємства. Управління фінансовими інвестиціями.

Управління фінансовими ризиками. Концепція ризику. Класифікація інвестиційних ризиків. Вимір ступеня ризику. Управління зниженням ризиків.

Аналіз фінансових звітів. Сутність, цілі і задачі аналізу фінансових звітів. Бухгалтерський баланс і його значення для фінансового аналізу діяльності підприємства. Система показників фінансового стану підприємства. Показники майнового положення та їх оцінка. Аналіз показників ліквідності і платоспроможності. Аналіз рентабельності, показників фінансової стійкості та їх оцінка.

Внутрішньофірмове фінансове прогнозування та планування. Фінансове прогнозування і планування як важлива умова прийняття управлінських рішень. Методи фінансового прогнозування. Фінансовий план (баланс доходів і витрат) підприємства – основа управління фінансовими ресурсами підприємства. Оперативне планування надходження і використання грошових коштів підприємства.

Антикризове фінансове управління на підприємстві. Поняття і фінансова оцінка банкрутства. Методи прогнозування банкрутства підприємства. Система попереднього регулювання на загрозу банкрутства і комплекс попереджувальних заходів. Фінансові наслідки банкрутства підприємства. Організаційне та фінансове забезпечення ліквідаційних процедур.

Рекомендована література:

Базова

1. Брейли Р, Майерс С. Принципы корпоративных финансов. - М.: "ОЛИМП - БИЗНЕС", 1997-1120 с.
2. Євтух О. Т., Євтух О. О. Фінансовий менеджмент для магістрів і не тільки. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 456 с.
3. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. – 2-е изд. Перераб. и доп. – Москва.: Прогресс, 2011. – 1024 с.
4. Никбахт Е., Гроппели А. Финансы.- К.: Век, Глобус, 1992.
5. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: Учебный курс. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2001.- 528 с.
6. Росс С. Основы корпоративных финансов / Пер.с англ. - М.: Лаборатория базовых знаний, 2001. - 720 с.
7. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник: / За ред. проф.. Г.Г.Кірейцева._ - Київ: ЦУЛ, 2002.- 496 с.

Допоміжна

1. Боди Э., Мертон Р. Финансы . – Пер. С англ. – М. Издательский дом «Вильямс», 2003. – 592 с.
2. Бригхем Ю., Гапенски Л., Финансовый менеджмент: Полный курс: В 2 -х т./Пер.с англ. под. ред.В.В. Ковалёва. - СПб.: Экономическая школа, 1998.
3. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту. - К.: КП "ВАЗАКО" Видавництво "Молодь", 1997 – 1000 с.

4. Ван Хорн Дж.К. Основы управления финансами: Пер. с англ./ Гл. ред. серии Я.В.Соколов.-М.: Финансы и статистика, 1996.

5. Ченг Ф.Ли, Джозеф И.Финнерти. Финансы корпораций: теории, методы и практика. Пер. С англ. – М. ИНФРА – М.2000. - XVIII.- 686 с.

3.4. Стратегічне управління

Стратегічне управління: сутність та історія виникнення. Еволюція поглядів щодо передбачення майбутнього підприємства: історичний огляд. Основні підходи розуміння стратегічного менеджменту з точки зору різних шкіл. Концептуальні підходи щодо трактування сутності стратегії та стратегічного набору підприємства.

Теоретико-методологічні підходи щодо формування системи стратегічних пріоритетів підприємства. Місія як основний елемент філософської концепції стратегії підприємства. Сутність та класифікація стратегічних цілей підприємства. Класифікація стратегій, їх місце та роль в стратегічному наборі підприємств. Основні етапи та послідовність формування системи стратегічних пріоритетів підприємства.

Маркетингова стратегія як основний елемент в системі стратегічних пріоритетів підприємства. Сутність, складові та роль маркетингової стратегії в системі стратегічних пріоритетів підприємства. Маркетингова стратегія як механізм формування унікальної споживчої цінності. Функції та складові конкурентних та позиційних стратегій. Атрибутивні стратегії як елемент формування унікальної споживчої цінності.

Визначення та формування конкурентоспроможності підприємства. Сутність категорії конкурентоспроможності та використання її в економічному аналізі. Визначення ключових факторів успіху конкурентної боротьби підприємства на окремих ринках товарів та послуг. Оцінка міжнародної конкурентоспроможності галузі та окремих товаровиробників. Основні підходи щодо формування конкурентного бізнес портфелю підприємства.

Стратегічний аналіз та планування його роль в системі управління підприємством. Сутність, напрями та методологія стратегічного аналізу. Внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства як об'єкт стратегічного аналізу. Стратегічне планування як процес формулювання стратегії. Стратегічні плани, проекти і програми.

Підсистеми забезпечення стратегічного управління. Фінансово-економічне забезпечення стратегічного управління. Соціально-психологічне забезпечення стратегічного управління. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного управління.

Рекомендована література:

Базова Базова

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. 7-е изд./ Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. - СПб.: Питер, 2007.- 496с.
2. Довгань Л.Е., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління:навчальний посібник, - К.:ЦУЛ, 2009, - 440с.
3. Стратегічний менеджмент [текст]: навч. посіб. / За заг. ред. Бутка М. П. [М.П.Бутко, М.Ю.Дітковська, С.М.Задорожна та ін.] – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 376 с.
4. Шершнева З.С. Стратегічне управління: Підручник. - К.: КНЕУ, 2004. 699 с.

Допоміжна

5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. - СПб: Питер Ком, 1999. - 416 с.

6. Бровкова О.Г. Стратегічний менеджмент [текст]: навч. посіб. / О.Г. Бровкова. – К. : «Центр учбової літератури», 2012. – 224 с.
7. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. 5-е изд. / Пер. с англ. под ред. В.Н. Фунтова.- СПб.: Питер, 2008.- 560с.
8. Дикань В.Л. Стратегічне управління[текст]: навч. посіб. / В.Л. Дикань, О.В. Зубенко, О.В. Маковоз, І.В. Токманова, О.В. Шраменко. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 272 с.
9. Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент. [текст] підручник /І.А. Ігнат'єва. – К.: Каравела, 2015. – 464 с.
10. Карлоф Б. Деловая стратегия: Пер. с англ./Науч. ред. и авт. послесл. В. А. Приписное. - М.: Экономика, 1991. - 239 с.
11. Кусумано М. А. Стратегії геніїв: п'ять найважливіших уроків від Білла Гейтса, Енді Гроува та Стіва Джобса / М. Кусумано, Б. Йоффі.- Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2017. - 256 с.
12. Кім В. Чан, Моборн Р. Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції / пер. з англ. І. Андрушенка .- Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2016.- 384 с.
13. Кім В. Чан, Моборн Р. Перехід до блакитного океану/ пер. з англ. Т. Фролова .- Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2018.- 286 с.
14. Мізюк Б.М. Стратегічне управління: Підручник. - 2-ге вид., переробл. и доповн. – Львів, Магнолія плюс, 2006. - 392с.
15. Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел. Школы стратегии. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента/ Пер. англ. под ред.Ю.М.Каптуревського.- СПб.: Питер, 2000. - 336с.
16. Портер М.Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. - К.: Основи, 1998. – 390с.
17. Сіваченко І.Ю., Козак Ю.Г., Логвінова Н.С. та ін. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Навч. посіб. / За ред. І.Ю. Сіваченка, Ю.Г.Козака, Н.С. Логвінової. 3-тє вид. – К: ЦУЛ, 2010. - 312с.
18. Сич Є.М., Пилипенко О.В., Стасишен М.С. Стратегічний аналіз: навч.-метод. посібн. - К: Каравела, 2010. -304с.
19. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. - 576с.
20. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа - К.: Вильямс, 2003. - 924 с.
21. Портер М.Э. Конкуренция: Пер. с англ. — М.: Вильямс, 2005. —608 с.
22. Омае К. Мышление стратега. Искусство бизнеса по-японски: Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 215 с.

IV. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ ТА ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНOSTІ ВСТУПНИКІВ

Вступне випробування для вступників до аспірантури має усну форму проведення. Екзаменаційний білет складається з 4-х питань. Максимальна оцінка, яку може отримати вступник – 100 балів. Критерії оцінювання знань вступників за результатами вступного випробування за національною шкалою наведено у таблиці 1.

Критерії оцінювання знань вступників

Підсумковий бал за результатами вступного випробування	Підсумкова оцінка за національною шкалою	Критерії оцінювання знань вступника
91–100	Відмінно	Досконале знання теоретичних і практичних аспектів проблем, що окреслюють питання винесені на іспит
76–90,9	Добре	Грунтовне знання проблем, що окреслюють питання винесені на іспит
61–75,9	Задовільно	Знання ключових проблем, що окреслюють питання винесені на іспит
0–60,9	Незадовільно	Незнання ключових проблем, що окреслюють питання винесені на іспит

Вступник допускається до участі у конкурсі, якщо оцінка за виконання завдань вступного випробування складає 61 бал і більше за 100-бальною шкалою оцінювання.

Якщо підсумковий бал за результатами вступного випробування вступника становить менше 61 бала, то він не допускається до участі у конкурсному відборі.

V. ПОЛІТИКА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Кожен абітурієнт під час складання фахового вступного випробування повинен дотримуватися моральних норм, правил етичної поведінки та принципів академічної доброчесності, а саме:

- самостійно виконувати завдання;
- не принижувати будь-яким чином гідність інших абітурієнтів, учасників освітнього процесу, запобігати таким діям з боку інших осіб;
- дотримуватися правил ділового етикету в поведінці та норм культури спілкування у комунікації з абітурієнтами, здобувачами вищої освіти, викладачами та співробітниками НаУОА;
- не використовувати телефон або гаджети під час проведення фахового вступного випробування;
- не використовувати службові або родинні зв'язки для отримання нечесної переваги.