

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРОЕКОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**



Затверджую
Проректор з наукової роботи
та інноваційного розвитку
Романчук Л. Д.
_____ 2020 р.

ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
треть (освітньо-науковий) рівень вищої освіти
здобувач ступеня доктора філософії (PhD)
галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальності 051 «Економіка»

Житомир – 2020 р.

Програму підготували:

Ткачук Василь Іванович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки і підприємництва.

Кравчук Наталія Іванівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і підприємництва.

Розглянуто і затверджено на засіданні кафедри економіки і підприємництва, протокол № 14 від «03» червня 2020 р.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка.....	4
Критерії та система оцінювання.....	5
1. Перелік питань з дисципліни «Економіка підприємства».....	6
Рекомендована література.....	7
2. Перелік питань з дисципліни «Маркетинг»	8
Рекомендована література.....	9
3. Перелік питань з дисципліни «Стратегія підприємства».....	10
Рекомендована література.....	11
4. Перелік питань з дисципліни «Стратегія підприємства».....	12
Рекомендована література.....	13

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма випробувань для вступу в аспірантуру за освітньо-науковим ступенем «доктор філософії» спеціальності 051 «Економіка» складена відповідно до місця та значення дисциплін, передбачених освітньо-науковою програмою підготовки аспірантів даної спеціальності. Програма передбачає здійснення перевірки набутих здобувачами теоретичних знань та практичних навичок.

Вступник повинен вміти на високому професійному рівні вирішувати економічні проблеми розвитку суб'єктів господарювання, які виникають перед ними в умовах ризику та невизначеності на різних рівнях – від глобального (міжнародні ринки товарів, капіталу, послуг), національного (в межах галузевих та міжгалузевих комплексів та підкомплексів сфери аграрного виробництва) до мікрорівня, власне самого підприємства як відкритої економічної системи.

Актуальність спеціальності зумовлена зростаючою потребою вітчизняної науки в фахівцях якісно нового ступеня, що здатні розробляти теоретико-методологічні засади та обґрунтувати практичні рекомендації щодо вирішення економічних проблем в контексті посилення світових інтеграційних процесів та міжнародного поділу праці; визначати стратегії їх поведінки; застосовувати моделі розвитку макро- та мезоекономічних процесів в теоретичних дослідженнях та при вирішенні практичних задач тощо.

Мета підготовки доктора філософії з економіки акцентується на проведенні соціально-економічних досліджень на рівні регіону, окремих суб'єктів господарювання в розрізі галузей і сфер національної економіки України, що досягається на основі аналізу виробничо-господарської діяльності підприємств і організацій у виробничій та комерційній сферах, банківських установ, прогнозуванні економічної діяльності підприємств та фірм, розробці заходів з підвищення ефективності виробництва, ведення обліку, удосконалення методів управління, участь в системному управлінні підрозділами та зовнішньоекономічній діяльності, обґрунтуванні стратегії і тактики розвитку підприємства, дослідженні економічної інформації тощо.

Реалізація мети передбачає набуття в процесі навчання відповідних знань, умінь та навичок, які забезпечують широкий світогляд, поєднання нового економічного мислення, глибоких знань фундаментальних економічних законів, обґрунтування шляхів розвитку підприємств в умовах ринкової економіки зі знаннями соціально-психологічних основ спілкування людей.

Фахове випробування є комплексним іспитом, що дозволяє виявити рівень володіння вступників загальними і спеціальними компетентностями за спеціальністю 051 «Економіка».

Екзаменаційний білет з фахового випробування включає чотири питання, які характеризують особливості економічних відносин, процесів і явищ на макро- та мікрорівнях з урахуванням тенденцій функціонування

ринкового середовища, ефективності використання факторів виробництва, стратегічних напрямів ведення бізнесу та зростання інвестиційної активності суб'єктів господарювання.

Розподіл балів за питаннями екзаменаційного білету є таким: 25 балів за кожне з чотирьох питань.

КРИТЕРІЇ ТА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ АБІТУРІЄНТІВ

При оцінюванні знань вступника на вступному випробуванні до аспірантури зі спеціальності враховуються його письмова відповідь на питання екзаменаційного білету, усне обговорення цієї відповіді з членами комісії та відповіді на додаткові запитання членів комісії.

Екзаменаційні білети передбачають чотири питання з визначених дисциплін. За відповідь предметна комісія зі спеціальності виставляє бали за накопичувальною бальною системою (максимум 100).

Таблиця

Система оцінювання іспиту зі спеціальності 051 «Економіка» за 100-бальною та 4-бальною шкалами

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за 4-бальною шкалою	Пояснення
90-100	відмінно	Відмінно (відмінне виконання завдань лише з незначною кількістю несуттєвих помилок)
82-89	добре	Дуже добре (виконання завдань вище середнього рівня з кількома помилками)
74-81		Добре (в цілому правильне виконання завдань з певною кількістю суттєвих помилок)
64-73	задовільно	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-63		Достатньо (виконання задовольняє мінімальні критерії)
До 60	незадовільно	Не достатній рівень знань (виконання не задовольняє мінімальні критерії)

Комісія допускає до участі у конкурсному відборі для вступу на навчання в аспірантурі на основі раніше здобутого освітнього рівня магістр (спеціаліст), які при складанні іспиту зі спеціальності отримали не менше 60 балів. Тривалість іспиту 2 години.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З КУРСУ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»

1. Підприємство як економічна система. Організаційна структура підприємства.
2. Сутність, класифікація та характеристика видів підприємств та їх об'єднань.
3. Внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства в Україні.
4. Поняття та класифікація основних засобів. Амортизація, норма амортизації і методи нарахування амортизаційних відрахувань.
5. Показники ефективності використання основних виробничих фондів підприємства.
6. Поняття і склад оборотних фондів. Показники ефективності використання оборотних фондів підприємства.
7. Персонал підприємства: класифікація, показники та шляхи підвищення ефективності використання.
8. Оплата праці, види і форми оплати праці.
9. Поняття і види цін. Методи ціноутворення. Основні етапи формування рівня цін.
10. Конкурентоспроможність продукції: поняття, чинники, методика оцінки.
11. Поняття собівартості продукції підприємства, її види та шляхи зниження. Методи визначення собівартості сільськогосподарської продукції.
12. Групування операційних витрат за елементами та статтями. Поняття валових витрат. Постійні і змінні витрати, їх особливості та застосування.
13. Прибуток як показник діяльності підприємства. Види прибутку, формування та використання. Рентабельність як показник ефективності діяльності підприємства.
14. Поняття і види нематеріальних активів. Реалізація права власності на нематеріальні ресурси.
15. Земля як основний засіб сільськогосподарського виробництва та її особливості. Характеристика земельних ресурсів України та їх розподіл між землекористувачами.
16. Ринок землі в Україні: правове регулювання, проблеми становлення та розвитку.
17. Земельна реформа в Україні. Операції купівлі-продажу та оренди землі. Напрями підвищення економічної ефективності використання земельних ресурсів.
18. Сільськогосподарський земельний ринок: зарубіжний досвід становлення, проблеми цін та інституційного середовища в Україні.
19. Суть і значення інфраструктури сільського господарства. Класифікація інфраструктури.

20. Поняття, оцінка, структура, методика визначення валової та товарної продукції сільськогосподарських підприємств.
21. Поняття, склад та особливості функціонування матеріально-технічної бази сільського господарства.
22. Поняття, види і показники економічної ефективності сільськогосподарського виробництва.
23. Економічна кон'юнктура ринку зернових: значення галузі, сучасний рівень розвитку, попит і пропозиція, цінова ситуація, шляхи зростання ефективності.
24. Економічна кон'юнктура ринку технічних культур: значення галузі, сучасний рівень розвитку, попит і пропозиція, цінова ситуація, шляхи зростання ефективності.
25. Економічна кон'юнктура ринку картоплі: значення галузі, сучасний рівень розвитку, попит і пропозиція, цінова ситуація, шляхи зростання ефективності.
26. Економічна кон'юнктура ринку молока: значення галузі, сучасний рівень розвитку, попит і пропозиція, цінова ситуація, шляхи зростання ефективності.
27. Економічна кон'юнктура ринку м'ясного скотарства: значення галузі, сучасний рівень розвитку, попит і пропозиція, цінова ситуація, шляхи зростання ефективності.
28. Економічна кон'юнктура ринку свинарства: значення галузі, сучасний рівень розвитку, попит і пропозиція, цінова ситуація, шляхи зростання ефективності.
29. Поняття, значення та складові продовольчої безпеки країни.
30. Поняття та види диверсифікації діяльності підприємства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Господарський кодекс України: чинне законодавство із змінами і доповненнями станом на 08 грудня 2016 р.: офіційний текст. – К.: Алеута, 2016. – 176 с.
2. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: навч. метод. посіб. / В.Г. Андрійчук. – Київ: КНЕУ, 2013. – с. 171-202.
3. Бойчик І.М. Економіка підприємств: Навч. посіб. / І.М. Бойчик, П.М. Хорів, М.І. Хопчан – Львів: “Сполом”, 2000. – 212 с.
4. Бойчук І.М. Економіка підприємства: Підруч. / І.М. Бойчук. – К.: Кондор. – 2016. – 378 с.
5. Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. / Н.М. Бондар – К.: вид-во А.С.К., 2004. – 400 с.
6. Гаврилук Л.І. Економіка підприємства: навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення дисципліни./ Л.І. Гаврилук – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 152 с.
7. Економіка підприємства: теорія і практикум: Навч. метод. Посібник / За ред. Н.Г. Меценко. – Львів: Магнолія 2006, 2016. – 688 с.

8. Економіка підприємства: Підручник / Ф.В. Горбонос, Г.В. Черевко, Н.Ф. Павленчик, А.О. Павленчик. – К.: Знання, 2010. – 463 с.
9. Економіка підприємства: Підручник / М.Г. Грещак, В.М. Колот, А.П. Наливайко та ін.; За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 528 с.
10. Економіка підприємства: Підручник / За ред. А.В.Шегди. – К.: Знання, 2006. – 614 с.
11. Економіка підприємства: Структурно-логічний навч. посіб. / За ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2001. – 457с.
12. Економіка підприємства: навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення дисципліни / Г.О. Швиданенко, С.Ф. Покропивний і ін. – К.: КНЕУ, 2000. – 248 с.
13. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навч. посіб./За ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2000. – 328 с.
14. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств: навчальний посібник. / Чепурда Л.М., Беляева С.С., Плахотнікова М.В. та ін. – К.: ВД „Професіонал”, 2005. – 272 с.
15. Ринкова економіка: Основні терміни, поняття, визначення: Навч. економ. словник-довідник. Т.І.А. – Н / Авт.-укладач Є.Я. Атеєв, С.В. Піча. – Львів: Новий світ. – 2000, 2009. – 454 с.
16. Прикладна економіка: навч. посіб. / Б.О. Язлюк та ін. – Тернопіль: Крок, 2016. 288 с.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З КУРСУ «МАРКЕТИНГ»

1. Сутність маркетингової політики розподілу.
2. Канали розподілу в маркетингу, рівні каналів розподілу.
3. Види розподілу та їх характеристика (інтенсивний, селективний, ексклюзивний розподіл).
4. Управління каналами розподілу.
5. Прямі канали розподілу: алгоритм побудови, переваги для споживачів.
6. Вертикальні маркетингові системи.
7. Горизонтальні маркетингові системи.
8. Багатоканальні маркетингові системи.
9. Конфлікти в каналах розподілу та способи їх вирішення.
10. Маркетингова логістика, сутність, складові, характеристика.
11. Франчайзинг: характеристика, види франчайзингу.
12. Якісні та кількісні маркетингові дослідження.
13. Бенчмаркінг: поняття, типологія, методика.
14. Сегментація ринку та вибір цільових сегментів.
15. Методи поширення товарів: оптова та роздрібна торгівля.
16. Тенденції розвитку оптової торгівлі.

17. Види роздрібної торгівлі.
18. Управління оптовою та роздрібною торгівлею.
19. Посередництво в маркетингу, контроль діяльності посередників.
20. Види посередників, їх характеристика.
21. Характеристика засобів стимулювання збуту, спрямованих на посередників, споживачів та власний персонал фірми.
22. Стратегічне планування маркетингу.
23. Поняття маркетинг менеджменту.
24. Управління товаром: товарна марка, товарна лінія, товарний асортимент.
25. Маркетинговий контроль та аудит.
26. Цінова політика підприємства, маркетингова технологія встановлення ціни на товар.
27. Концепція системи маркетингової інформації.
28. Характеристика основних концептуальних підходів до управління маркетингом.
29. Просування товарів: цілі та засоби політики комунікацій.
30. Модель формування стратегічного плану маркетингу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс, 5-те видання.: Пер. з англ.: Уч. пос. – М.: Видавничий дім “Вільямс”, 2001. – 608 с.
2. Азарян О.М. Маркетинг. – К.: Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2009. – 398 с.
3. Балабанова Л.В. Маркетинг: підручник: в 2 т.: затв. М-вом освіти і науки України для студ. вищ. навч. закл. / Л.В. Балабанова; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 3-тє вид., перероб. і допов. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2011. – (Школа маркетингового менеджменту). – ISBN 978-966-385-221-8.
4. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства [Текст]: навч. посіб.: рекомендован. М-вом освіти і науки України для студ. вищ. навч. закл. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського, Ін-т економіки і упр., Каф. маркетинг. менедж. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
5. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств: монографія / Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2009. – 245с.
6. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.

7. Балабанова Л.В., Коломицева С.І. Маркетинг // <http://www.studfiles.ru/preview/5149741/>
8. Бревнов А. А. Маркетинг малого предприятия: Практическое пособие. / А.А. Бревнов – К.: ВИРА – 2008. – 384 с.
9. Бутенко Н.В. Маркетинг. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://books.efaculty.kiev.ua/mrk/3/t6/3.htm>
10. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – 4-е вид. доп. – К.: Лібра, 2006. 720 с.
11. Гончаров С.М. Практикум з маркетингу: навч. посіб. / С.М. Гончаров, Н.Б. Кушнір. – К.: ЦУЛ, 2016. 208 с.
12. Гаджинский А.М. Основы логистики. Учебное пособие. / А.М. Гаджинский – М.: ИВУ «Маркетинг», 2009. – 207 с.
13. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с. : ил. – (Серия Деловой бестселлер).
14. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: Прогнозування кон'юнктури ринку / В.А Карпов, В.Р. Кучеренко. – К.: Т- во „Знання”, КОО, 2014. – 284 с. укр.
15. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 944.
16. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.koob.ru/kotler_filip/
17. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: Навч. посіб. / за ред.. І.М. Буднікевич. К.: ЦУЛ, 2016. – 536 с.
18. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: моногр. / за заг. ред. Н.В. Карпенко. – К.: ЦУЛ, 2016. – 252 с.
19. Примак Т. О. Маркетинг. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studentbooks.com.ua/content/view/1079/44/1/1/>
20. Северкин В.Д. Маркетинг. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://soft.mail.ru/program/osnovy-marketinga.-sekerin-v.d.-elektronnaya-versiya-knigi/1.0>
21. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.e-reading.club/bookreader.php/115117/Marketing_menedzhment.pdf
22. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: підручник – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://geum.ru/next/art-24392.php>

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З КУРСУ «СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА»

1. Сутність і особливості стратегії підприємства.
2. Визначення місії і цілей підприємства.
3. Розроблення і декомпонування стратегії підприємства.

4. Концепція конкурентних стратегій.
5. Концепція організаційних стратегій підприємства.
6. Класифікація стратегій за Ф. Котлером, їх характеристика.
7. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність підприємства.
8. Оцінювання та діагностування конкурентоспроможності підприємства.
9. Аналіз конкурентного середовища підприємства.
10. Сутність та складові стратегічного потенціалу підприємства.
11. Базові конкурентні стратегії за М. Портером.
12. Типологія функціональних стратегій підприємства.
13. Маркетингова стратегія підприємства.
14. Стратегія наукових досліджень і проектно-конструкторських розробок.
15. Сутність і характеристика стратегії і тактики виробництва.
16. Напрями реалізації фінансової стратегії у підприємстві.
17. Стратегія управління персоналом підприємства.
18. Стратегія оптимізації витрат: її різновиди та умови застосування.
19. Альтернативність стратегій диференціації або концентрації як вектора досягнення місії підприємства.
20. Стратегія розвитку виробничих потужностей.
21. Стратегія ресурсозаощадження, сутність, необхідність впровадження.
22. Стратегія виробничих процесів.
23. Матричні методи стратегічного аналізу.
24. Матриця Бостонської консалтингової групи: значення, принципи побудови.
25. Матриця SWOT та PEST-аналізу: значення, особливості побудови.
26. Матриця McKinsey – General Electric у оцінюванні привабливості галузі.
27. Особливості застосування методу PIMS-аналізу у визначенні впливу чинників ринкового середовища на прибуток підприємства.
28. Метод SPACE (стратегічного оцінювання дій).
29. Зв'язок стратегій розвитку підприємства з його життєвим циклом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дикань Л.В. Стратегічне управління : навч. посіб. / В.Л. Дикань та ін. – К.: ЦУЛ, 2013. – 272 с. – Інтернет ресурс. – Режим доступу: www.dut.edu.ua/

2. Міщенко А. П. Стратегічне управління / А. П. Міщенко / Навч. посібник.– Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. – 336 с/
3. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент / В. Д. Немцов, Л. С. Довгань / Навч. посібник. – К.: ТОВ "УВПК ЕксОб", 2004. – 560 с.
4. Горелов Д.О. Стратегія підприємства [навч.-метод. посіб. для студ. вищ.навч. закл.] / Д.О. Горелов, С.Ф. Большенко. - Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. - 133 с.
5. Шинкаренко В.Г. Системная доработка стратегии предприятия / В.Г. Шинкаренко, В.А. Федорова. - Харьков: ХНАДУ, 2010. - 160 с.
6. Ковтун О.І. Стратегія підприємства [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / О.І. Ковтун. - Львів: "Новий Світ" - 2000, 2009. - 680 с.
7. Селезньова Г.О. Стратегія підприємства [навч. посібн.] / Г.О. Селезньова. - Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. - 240 с.
8. Стратегія підприємства : підручник / Ю.Б. Іванов, О.М. Тищенко, Т.М. Чечетова-Терашвілі та ін. - Харків: ВД "ІНЖЕК", 2009. - 560 с.
9. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: Учебн. для вузов / А.А. Томпсон., А.Дж.Стрикленд. – Пер. с англ. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 р.
10. Minzberg H. The Strategy Concept II: Another Look at Why Organize:., Need Strategies //California Managment Rev, 1987. – 356р.
11. Porter M. From Competitive Advantage to Corporate Strategy/ Porter M., НВ., Мі.V-June, 1987. – 497 р.
12. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів
<http://www.kpi.kharkov.ua/blogs/News/file.axd?file=2009%2f6%2fstrategi a.doc>

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З КУРСУ «ІНВЕСТУВАННЯ»

1. Класифікація інвестицій та їх характеристика.
2. Інвестиційний ринок: характеристика та кон'юнктура.
3. Поняття суб'єктів та об'єктів інвестиційної діяльності. Господарські товариства як суб'єкти та об'єкти інвестиційної діяльності.
4. Об'єкти інвестицій. Реальні та фінансові інвестиції, їх основна характеристика.
5. Організаційно-економічні основи інвестицій у засоби виробництва. Об'єкти реальних інвестицій та їх характеристика.
6. Характеристика іноземних інвестицій. Правова база залучення іноземних інвестицій.
7. Специфіка іноземних інвестицій та її врахування при залученні іноземного капіталу.
8. Чинники та напрями міжнародної інвестиційної діяльності.
9. Прямі та портфельні інвестиції. Їх характеристика.

10. Інвестиційні пільги на територіях спеціальних (вільних) економічних зон.

11. Державна інвестиційна політика. Визначення умов, пріоритетних сфер, системи інвестиційних пільг, системи гарантій щодо захисту прав іноземних інвесторів.

12. Організаційно-економічне обґрунтування інвестиційного проекту: бізнес-план та аналіз проекту.

13. Аналіз інвестиційного проекту та характеристика його складових. Процедури фінансово-економічної оцінки інвестиційного проекту.

14. Методи та показники оцінки ефективності інвестиційного проекту.

15. Оцінка інвестиційних ризиків в умовах невизначеності.

16. Методи оцінки інвестиційних ризиків.

17. Інвестиційний проект, його зміст та форми.

18. Класифікаційні ознаки інвестиційних проектів та їх характеристика.

19. Порядок розробки інвестиційного проекту. Характеристика інвестиційної бази проекту та етапи його експлуатації.

20. Характеристика інвестиційних ресурсів. Принципи формування інвестиційних ресурсів.

21. Форми інвестиційних ресурсів. Розрахунок обсягу інвестиційних ресурсів реального інвестиційного проекту.

22. Методи формування інвестиційних ресурсів. Джерела формування інвестиційних ресурсів.

23. Оцінка вартості інвестиційних ресурсів. Методи оптимізації структури інвестиційних ресурсів.

24. Класичні підходи до участі держави в регулюванні загальноекономічних процесів та процесів інвестування, як складової загальноекономічних процесів.

25. Індикативне планування інвестицій, його особливості.

26. Способи реалізації інвестиційних проектів.

27. Регулювання взаємодії учасників інвестування. Тендерні угоди та механізм їх здійснення.

28. Методичні підходи до оцінки використання інвестицій. Моніторинг інвестиційного процесу.

29. Система економічних показників щодо оцінки результатів використання інвестиційних ресурсів.

30. Розробка стратегічних напрямів інвестиційної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Данілов О. Д. Інвестування : навч. посібн. / О. Д. Данілов, Г. М. Івашина, О. Г. Чумаченко. – Ірпінь. : Знання, 2009. – 377 с.
2. Дука А. П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування : навч. посібн. / А. П. Дука. – К. : Каравела, 2008. – 432 с.
3. Омелянович Л. О. Інвестування : підручник. / Л. О. Омелянович. – К., : Конкорд, 2012. – 278 с.

4. Федоренко В. Г. Інвестознавство : підручник / В. Г. Федоренко. – 3-тє вид., допов. – К. : МАУП, 2008. – 480 с.
5. Борщ Л. М. Інвестування: теорія і практика / Л. М. Борщ, С. В. Герасимова. – К. : Знання, 2007. – 685 с.
6. Гринькова В. М. Інвестування : навч. посібн. / В. М. Гриньова. – Х. : ВД «Інжек», 2003. – 320 с.
7. Кириченко О. А. Інвестування : підручник / О. А. Кириченко, С. А. Єрохін. – К. : Знання, 2009. – 573 с.
8. Кравцова Л. В. Інвестування / Л. В. Кравцова. – Донецьк : ДонІЕК, 2008. – 100 с.
9. Сазонець І. Л. Інвестування: підручник / І. Л. Сазонець, В. А. Федорова. – К. : ЦУЛ, 2016. – 312 с.
10. Титаренко Н. О. Теорії інвестицій : навч. посібн. / Н. О. Титаренко, А. М. Поручник. – К. : КНЕУ, 2006. – 160 с.