

**УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ**



**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Голова приймальної комісії,  
в.о. ректора УДУНТ, професор

Костянтин СУХИЙ

« 26 » квітня 2024 року

**ПРОГРАМА**

**фахового вступного випробування  
для здобуття ступеня магістра  
за освітньо-науковою програмою «Девелопмент нерухомості»  
спеціальностями 075 «Маркетинг», 192 «Будівництво та цивільна інженерія**

**Дніпро – 2024**

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:

**ННІ «Придніпровська академія будівництва та архітектури»**

(повне найменування закладу вищої освіти)

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

**Тетяна Кравчуновська**, доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри організації і управління будівництвом

**Євгенія Морозова**, кандидат економічних наук, доцент, в.о., завідувача кафедри девелопменту нерухомості, обліку та маркетингу

**Павло Фісуненко**, доктор економічних наук, професор кафедри девелопменту нерухомості, обліку та маркетингу

**Таїсія Ткач**, кандидат технічних наук, доцент кафедри організації і управління будівництвом

Програму схвалено на засіданні кафедри девелопменту нерухомості, обліку та маркетингу

Протокол від "17" квітня 2024 року 12

Зав.кафедри



(Євгенія МОРОЗОВА)

Програму схвалено на засіданні кафедри організації і управління будівництвом

Протокол від "17" квітня 2024 року №15

Зав.кафедри




(Тетяна КРАВЧУНОВСЬКА)

**Схвалено навчально-методичною радою економічного факультету**

Протокол від "22" 04 2024 року № 5

Голова



(Юлія ОРЛОВСЬКА)

**Схвалено навчально-методичною радою будівельного факультету**

Протокол від "22" 04 2024 року № 6

Голова



(Тетяна НІКІФОРОВА)

**Погоджено:**

В.о.директора ННІ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

д.т.н. проф.



Владислав ДАНИШЕВСЬКИЙ

## 1. МЕТА ТА ЗАДАЧІ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1.1. **Метою вступних випробувань є** формування контингенту студентів, найбільш здібних до успішного опанування дисциплін означеної освітньої програми шляхом оцінки знань та навичок абітурієнтів.

1.2. **Основними задачами вступних випробувань є** перевірка розуміння студентом програмного матеріалу профільної дисципліни професійної підготовки; оцінювання здатності студента до творчого використання набутих знань; аналіз уміння студента сформулювати своє ставлення до конкретних проблем девелоперської діяльності організацій в умовах ринку.

1.3. **Згідно з вимогами освітньо-наукової програми абітурієнти повинні знати:** - державні нормативні документи, постанови уряду, законодавство в галузі промислового та цивільного будівництва;

- основні наукові поняття, теорії та методи, необхідні для розуміння принципів проектування, зведення та експлуатації будівельних споруд;

- сучасні технологічні процеси та системи технологічної підготовки виробництва, технології і організації спорудження і монтажу об'єктів різного призначення, послідовності виконання будівельних процесів, організаційно технологічних схем зведення будівель і споруд, вимог безпеки праці при виконанні будівельних робіт;

- методiku проектування основних параметрів технологічного процесу на різних стадіях зведення будівлі;

- методи розрахунків будівель та споруд та їх використання у проектній діяльності;

- принципи і методи організації та управління будівництвом;

законодавчі та інструктивні матеріали, що стосуються менеджменту управління, підприємницької діяльності на підприємствах;

- методи маркетингових досліджень;

- здійснення маркетингової товарної політики;

- систему вибору каналів розподілу продукції підприємства;

- методи ціноутворення;

- послідовність формування попиту та стимулювання збуту;

- визначення та оцінювання ефективності маркетингу.

**вміти:** - проектувати будівельні конструкції, будівлі, споруди, інженерні мережі та технологічні процеси будівельного виробництва, враховуючи вимоги нормативної документації у сфері будівництва та цивільної інженерії;

- застосовувати комп'ютеризовані системи проектування та спеціалізоване прикладне програмне забезпечення для вирішення інженерних задач промислового та цивільного будівництва;

- використовувати та впроваджувати інноваційні технології у процесі модернізації та реконструкції будівель і споруд та інженерних комунікацій;

- складати, оформляти і оперувати технічною документацією при розв'язанні конкретних інженерно-технічних завдань у сфері промислового та цивільного будівництва;

- застосовувати професійно-профільовані знання й практичні навички при проектуванні та реконструкції промислових і цивільних будівель і споруд; здійснювати організацію та управління будівельним виробництвом;

- ідентифікувати, класифікувати та описувати роботу технічних систем та їх складових шляхом використання аналітичних методів і методів моделювання; самостійно обґрунтовувати та вибирати технологічні рішення в будівництві, використовуючи сучасні методи технології та організації праці;

- контролювати технологію виконання ремонтно-будівельних робіт на об'єктах промислового та цивільного будівництва.

розкривати зміст організації маркетингових досліджень;

- виділяти фактори, що впливають на ціноутворення товарів;
- аналізувати цінові стратегії розвитку підприємства;
- здійснювати економічну оцінку існуючих каналів товароруку;
- розробляти елементи фірмового стилю;
- визначати засоби щодо стимулювання збуту товарів.

## 2. ПЕРЕЛІК ДИСЦИПЛІН ТА ПИТАНЬ ДО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

### ПЛАНУВАННЯ, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОЄКТНО-БУДІВЕЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

**Проектно-будівельні організації як складні виробничі системи.** Сутність виробничої діяльності. Основні поняття про організації. Специфіка будівництва. Сучасні проектно-будівельні організації. Загальні характеристики системи. Ознаки системи. Класифікація систем. Виробництво як складна система. Функціонування проектно-будівельних організацій як складних виробничих систем. Функціонування проектно-будівельних організацій в сучасних умовах динамічних змін зовнішнього середовища.

**Принципи і методи планування діяльності підприємств.** Процес планування і вибір рішень. Принципи планування. Методи планування. Інформаційна та нормативна база планування.

**Система планів підприємств.** Форми і види планів. Механізми та процес планування. Засоби забезпечення планування. Вимоги до планів проектно-будівельних організацій.

**Планування виробництва і реалізації продукції.** Дослідження ринку будівельних робіт. Виробнича програма будівельних організацій, її зміст, календарний розподіл та оптимізація. Планування обсягів будівництва у вартісному виразі. Планування витрат виробництва. Організація договірної роботи в будівельних організаціях.

**Планування потреби в трудових ресурсах.** Планування персоналу. Планування продуктивності праці. Планування фонду оплати праці.

**Планування матеріально-технічного постачання.** Зміст планування матеріально-технічного забезпечення (МТЗ) будівництва. Послідовність розробки плану МТЗ. Планування потреби в матеріальних ресурсах. Виробничі запаси і регулювання їх розмірів.

**Планування розвитку проектно-будівельної організації.** Види виробничої потужності і фактори, що її визначають. Методики розрахунку виробничої потужності. Організаційно-технічний розвиток будівельних організацій.

**Організація вишукувань і проектування будівництва.** Організація проектування в будівництві. Організація інженерно-економічних та інженерно-технічних вишукувань. Склад і класифікація проєктів: терміни та визначення понять, порядок розроблення проєкту, категорії складності об'єктів, визначення категорії складності об'єктів будівництва з урахуванням класу наслідків (відповідальності), стадії проектування.

**Проект організації будівництва та проєкт виконання робіт.** Мета та задачі розробки проєкту організації будівництва та проєкту виконання робіт. Розробка проєкту організації будівництва (ПОБ). Вихідні дані та склад проєкту. Розробка проєкту виконання робіт (ПВР). Вихідні дані і склад проєкту. Техніко-економічна оцінка рішень, прийнятих у ПОБ та ПВР.

**Підготовка будівельного виробництва.** Загальні положення. Система організаційних заходів, які виконуються до початку будівництва. Підготовчі роботи. Проєкт підготовчих робіт (ПрПР).

**Основи потокової організації будівництва.** Методи організації будівельного виробництва. Послідовність і основні принципи проектування та організації будівельних

потоків. Класифікація будівельних потоків за технологічними принципами. Класифікація будівельних потоків за характером ритмічності роботи бригади і тривалості функціонування потоків. Просторові і технологічні параметри будівельних потоків. Часові параметри будівельних потоків. Характеристика елементів матричного ув'язування робіт будівельних потоків. Розрахунок часових параметрів і ув'язка робіт будівельних потоків при безперервному використанні трудових ресурсів. Розрахунок часових параметрів і ув'язка робіт будівельних потоків при безперервному завантаженні фронтів робіт. Розрахунок часових параметрів і ув'язка робіт будівельних потоків при безперервному виконанні критичних робіт. Графічний метод розрахунку будівельних потоків, Аналітичний метод розрахунку будівельних потоків.

**Сітьове планування і управління будівництвом.** Загальні поняття щодо моделювання. Організаційно-технологічні моделі, що застосовуються в будівництві. Основні елементи сітьових моделей. Правила і техніка побудови сітьових моделей. Розрахункові параметри сітьових графіків. Розрахунок сітьових графіків аналітичним методом. Табличний метод розрахунку сітьових графіків. Розрахунок сітьових моделей безпосередньо на графіку. Розрахунок сітьових графіків по потенціалах подій. Розрахунок сітьових графіків із використанням прикладних програмних комплексів. Побудова сітьових графіків в масштабі часу. Коригування сітьових графіків за часом виконання робіт. Перетворення сітьового графіка в лінійний. Коригування сітьових графіків по використанню ресурсів. Коригування сітьових графіків із урахуванням вартості робіт. Послідовність розробки і етапи застосування сітьових графіків. Імовірнісні сітьові моделі.

**Календарне планування будівництва.** Призначення та види календарних планів. Мета і завдання календарного планування будівництва. Календарне планування будівництва комплексу будинків і споруд у складі ПОБ. Календарне планування будівництва окремих будинків у складі ПВР. Склад, форма та зміст календарних планів. Графіки та відомості потреби в матеріальних і трудових ресурсах. Коригування календарних планів. Оперативне планування. Техніко-економічні показники календарних планів.

## МАРКЕТИНГ

**Маркетинг.** Поняття та сутність маркетингу. Визначення маркетингу. Концепція управління маркетингом. Цілі та функції маркетингу. Зміст маркетингового міксу. Сутність моделі «4Р». Основні категорії маркетингу. Соціальна відповідальність та етика маркетингу. Сутність стратегічного планування маркетингу.

**Маркетингові комунікації.** Сутність та функції маркетингових комунікацій. Основні та синтетичні елементи комплексу маркетингових комунікацій (комплексу просування, комунікаційного міксу). Неформальні вербальні маркетингові комунікації (генеровані комунікатором чутки), їх класифікація. ATL- та BTL-акції. Модель процесу комунікації та її основні елементи. Основні етапи процесу просування.

Сутність стимулювання збуту як елемента системи маркетингових комунікацій. Процес стимулювання збуту та характеристика його етапів. Цінові та нецінові методи стимулювання збуту. Стимулювання споживачів. Прямий маркетинг як складова комунікацій (суть, значення, перспективи). Сучасні засоби прямого маркетингу. Сутність бренда та брендингу. Сутність престижної (іміджевої) реклами. Особливості організації служби маркетингової політики комунікацій. Менеджмент маркетингових комунікацій.

**Маркетингове ціноутворення.** Поняття про ціни і ціноутворення. Функції цін. Принципи маркетингового ціноутворення. Типи ринку та їх вплив на формування цін. Фактори, що впливають на рівень цін (зовнішні та внутрішні). Фактори, які визначають чутливість покупців до рівня цін. Види цін залежно від рівня врахування в них витрат і прибутку. Склад ціни. Структура ціни. Роль витрат у формуванні ціни. Сутність цінової політики підприємства. Сутність психологічної реакції покупця на ціни. Взаємозв'язок ціноутворення з іншими елементами маркетингової політики підприємства.

**Маркетингові дослідження.** Роль маркетингових досліджень у прийнятті управлінських рішень. Визначення маркетингових досліджень. Риси маркетингових досліджень. Основні напрями маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень. Етапи здійснення маркетингових досліджень. Суб'єкти та об'єкти маркетингових досліджень. Оцінювання зовнішнього і внутрішнього середовища фірми. Сутність SWOT-аналізу. Аналіз цілей підприємства і його ринкових можливостей. Дослідження напрямів розвитку фірми. Аналіз становища фірми за елементами комплексу маркетингу.

### **3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ**

Фахове вступне випробування проводиться у письмовій тестовій формі. Кожного року перелік тестових питань оновлюється на 30%. Абітурієнт на початку випробування отримує пакет документів, до складу якого входять: екзаменаційний білет, аркуш відповідей та вкладка. Екзаменаційний білет містить 15-ть питань та по 5-ть фіксованих відповідей до кожного питання (тільки одна відповідь є правильною).

Протягом фіксованого часу вступнику належить виконати запропоновані тестові завдання. На виконання завдань надається 60 хвилин.

Усі відповіді повинні бути занесені до основного поля аркуша відповідей у вигляді будь-якої позначки в області чотирикутника, що відповідає номеру правильної, на вашу думку, відповіді.

Якщо вступник зробив помилку на основному полі аркуша відповідей, необхідно виправити їх, скориставшись полем для виправлення помилок, яке розташовано в правій частині аркуша відповідей. Для виправлення відповідей, які вступник вважає за неправильні, необхідно поставити будь-яку позначку у чотирикутник поля для виправлення помилок відповідно до питання з неправильною, на думку абітурієнта, відповіддю в основному полі. Надані відповіді в межах поля для виправлення помилок будуть зараховані замість відповідних, поданих на основному полі для відповідей.

Оцінювання знань вступників за результатами тестування здійснюється за шкалою від 100 до 200 балів (100 + сума отриманих балів з тестування). В залежності від складності питань кожне з них оцінюється наступним чином: питання з 1-го по 7-ме включно оцінюється в 4-ри бали; з 8-го по 13-те включно – у 8-м балів; 14 те та 15-те питання оцінюються в 12 балів кожне.

### **4. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА**

#### **Нормативні**

1. ДСТУ Б А.3.1-22:2013. Визначення тривалості будівництва об'єктів.
2. ДБН А.2.2-3:2014. Склад та зміст проектної документації на будівництво.
3. ДБН В.1.2-12-2008. Будівництво в умовах ущільненої забудови. Вимоги безпеки.
4. ДБН А.3.1-5:2016. Організація будівельного виробництва.

#### **Навчальні**

5. Антошкіна Л. І. Ціноутворення та управління ціновою політикою [Підручник] / Л. І. Антошкіна, Н. П. Скригун, Л. Г. Цимбалюк. – Донецьк: ТОВ «ЮГО-ВОСТОК, ЛТД», 2011. – 322 с.
6. Балабанова Л. В. Маркетинг [Текст]: підручник / Л. В. Балабанова. – [2-ге вид., переробл. і доп.]. – К.: Знання-Прес, 2004. – 645 с.
7. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності ролі та значення. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 2. С. 85–97.
8. Бородкіна Н. О. Маркетинг [Текст]: навч. посіб./ Н. О. Бородкіна – К.: Кондор, 2007. – 362 с.

9. Бурковська А. В. Маркетинговий аудит: навч. посіб. / А. В. Бурковська. – К. : ЦУЛ, 2014. – 208 с.
10. Власенко Я. О., Карпенко С. В. Основи сучасного маркетингу: навч. посібник. Київ: Інкос, 2011. 328 с.
11. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. [для студ. екон. спец. вищ. навч. закл.] / С. С. Гаркавенко. – [6-е вид., допов.]. – К.: Лібра, 2008. – 720 с.
12. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика [Текст] / Дугіна С. І. – К.: КНЕУ, 2005. – 392 с.
13. Квіт С. Масові комунікації / Сергій Квіт. – Київ : Києво- Могиллянська академія, 2018. – 352 с.
14. Литвин Б. М. Планування діяльності будівельного підприємства: Навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 310 с.
15. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. Київ: ВД «Персонал», 2008. 244 с.
16. Майовець Є. Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 450 с. 32. Мельник Л. Г., Старченко Л. В., Карінцева О. І. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. Київ: Книга, 2015. 246 с.
17. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 191 с.
18. Мороз Л. А., Чухрай Н. І. Маркетинг: підручник / за ред. Л. А. Мороз. Львів: НУ «Львівська політехніка», 2002. 244 с.
19. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства. К.: Каравела, 2015. 368 с.
20. Тян Р.Б., Ткаченко В.А. Планирование и контроль деятельности предприятия. Днепропетровск: Наука и образование, 2003. 300 с.
21. Большаков В.И., Кравчуновская Т.С., Броневицкий С.П. Планирование строительства доступного жилья в генеральных планах крупных городов (на примере г. Киева): монография. Днепропетровск: ПГАСА, 2015. 146 с.
22. Кравчуновська Т.С. Комплексна реконструкція житлової забудови: організаційно-технологічні аспекти: монографія. Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2010. 230 с.
23. Котлер Філіп, Катарджая Гермаван, Сетьяван Іван. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. КМ-БУКС. 2019. 224 с.
24. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які має знати кожен менеджер. Альпіна Паблішер Україна. 2021. 252 с.
25. Кукоба В.П. Організаційне проектування підприємства: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2014. 420 с.
26. Заяць Є.І. Зведення висотних багатофункціональних комплексів: організаційно-технологічні аспекти: монографія. Дніпропетровськ: ПДАБА, 2015. 208 с.
27. Кирнос В.М., Залунин В.Ф., Дадиверіна Л.Н. Организация строительства: учеб. пособие. Днепропетровск: Пороги, 2005. 309 с.
28. Дадиверіна Л.М., Дадиверіна Г.В. Методи обґрунтування проектних рішень з організації будівельних майданчиків при зведенні та реконструкції будинків і споруд: навч. посібник. Дніпропетровськ: ПГАСА, 2016. 59 с.
29. Дадиверіна Л.М., Дадиверіна Г.В. Методи розрахунку часових і просторових параметрів організації зведення будівель і споруд: навч. посібник. Дніпропетровськ: Пороги, 2012. 168 с.
30. Монастирський Г.Л. Теорія організації: підручник. Тернопіль: Крок, 2019. 368 с.
31. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Львів: ЦУЛ, 2017. 200 с.
32. Організація будівництва: підручник / С.А. Ушацький, Ю.П. Шейко, Г.М. Тригер, Н.А. Шебеко; за ред. С.А. Ушацького. К.: Кондор, 2007. 521 с.

33. Тянь Р.Б., Чернышук Н.М. Организация производства. Днепропетровск: Наука и образование, 1999. 264 с.
34. Організація виробництва: навч. посібник для студ. вищих навч. закладів / В.О. Онищенко, О.В. Редкін, А.С. Старовірець, В.Я. Чевганова. К.: Лібра, 2005. 336 с.
35. Организационно-технологическая и экономическая надежность в строительстве / [Млодецкий В.Р., Тянь Р.Б., Попова В.В., Мартыш А.А.]. Днепропетровск: Наука и образование, 2013. 196 с.
36. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг: навч. посібник. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
37. Планування розміщення і організація будівництва та реконструкції об'єктів доступного житла з урахуванням містоформуючих особливостей територій великих міст: Монографія / Кравчуновська Т.С., Броневицький С.П., Ковальов В.В., Данилова Т.В., Ткач Т.В. Дніпро: Літограф, 2019. 228 с.
38. Методи забезпечення управлінської реалізованості календарних планів зведення об'єктів будівництва: монографія / Заяць Є.І., Млодецький В.Р., Ткач Т.В., Мартиш О.О. Дніпро: Акцент-ПП, 2019. 148 с.
39. Заяць Є.І., Кравчуновська Т.С., Ткач Т.В. Організація спорудження висотних будівель: навч. посібник. Дніпро: Журфонд, 2021. 103 с.
40. Скибінський С. В. Маркетинг. Львів, 2000. 325 с.
41. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: підручник / А. О. Старостіна. – Київ: Лазарит- Поліграф, 2012. – 480 с.
42. Хамініч С. Ю. Маркетингова цінова політика [Текст] / Хамініч С. Ю., Касян С. Я., Зайцева М. М. – Д.: Наука і освіта, 2008. – 264 с.