



**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Голова Приймальної комісії

Сергій СРОХІН

29 травня 2025 р.



**ПРОГРАМА  
фахового вступного випробування зі спеціальності (фаховий іспит)  
для вступу на навчання для здобуття ступеня магістр  
за спеціальностями:  
D3 «Менеджмент»  
D7 «Торгівля»**

**(освітня програма «Управління ІТ-проектами»  
освітня програма «Ритейл, товарні ринки та комерційна діяльність»)**

*для осіб, яким відповідно до Порядку та Правил прийому надано право брати участь у конкурсному відборі на навчання для здобуття ступеня магістра на основі НРК6 або НРК7 за результатами фахового іспиту замість Єдиного фахового вступного випробування (ЄФВВ)*

Розглянуто та схвалено на засіданні  
Приймальної комісії ВНЗ «Національна академія управління»  
протокол №4 від 29 травня 2025 року

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

Кафедрою маркетингу, менеджменту та комерції  
протокол № 5  
від «29» травня 2025 року

Завідувач кафедри



Микола ЄРМОШЕНКО  
(прізвище, ініціали)

«29» травня 2025 року

**ПОГОДЖЕНО:**

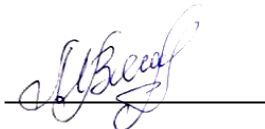
Гарант освітньої програми «Управління ІТ-проєктами»  
другого (магістерського) рівня вищої освіти

Максим СЕРПУХОВ  
(прізвище, ініціали)

«29» травня 2025 року

**ПОГОДЖЕНО:**

Гарант освітньої програми «Ритейл, товарні ринки та  
комерційна діяльність» другого (магістерського) рівня вищої  
освіти



Марина ШТАНЬ  
(прізвище, ініціали)

«29» травня 2025 року

**Розробники:**

д.е.н., доц. М.В. Штань  
к.е.н., доц. В.Р. Костюк  
к.е.н., доц. Т.В. Серкутан  
к.е.н. Ю.М. Неговська

## **ЗМІСТ ПРОГРАМИ**

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	...4
II. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ (ФАХОВОГО ІСПИТУ).....	...5
III. ТИПОВІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ (ФАХОВОГО ІСПИТУ). ....	...7
VI. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ.....	...8
V. ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	...9

## I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма фахового вступного випробування зі спеціальності (фахового іспиту) розроблена відповідно до Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти у 2025 році (далі – Порядок прийому), затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України №168 від 10 лютого 2025 року (зі змінами), Правил прийому на навчання для здобуття вищої освіти у ВНЗ «Національна академія управління у 2025 році від 25 березня 2025 року (зі змінами) та Положення про приймальну комісію ВНЗ «Національна академія управління».

Фахове вступне випробування (фаховий іспит) проводиться для осіб, яким відповідно до Порядку та Правил прийому надано право брати участь у конкурсному відборі на навчання для здобуття ступеня магістра на основі НРК6 або НРК7 за результатами фахового іспиту замість Єдиного фахового вступного випробування (ЄФВВ).

**Мета фахового вступного випробування зі спеціальності (фахового іспиту)** – перевірка рівня теоретичних знань та практичних навичок вступників з комплексу фахових навчальних дисциплін, з метою формування рейтингового списку та конкурсного відбору на навчання за освітнім ступенем магістра зі спеціальностей D3 «Менеджмент» (освітня програма «Менеджмент бізнес-організацій») та D5 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг»).

Програма фахового вступного випробування зі спеціальності (фахового іспиту) розроблена відповідно до Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування, що затверджена наказом МОН України від 11.02.2022 № 157.

Фахове вступне випробування зі спеціальності (фаховий іспит) для вступників проводиться за тестовими завданнями, які складаються з дисциплін професійної підготовки відповідно до наведеної нижче програми.

Завдання містять 25 тестів, які структурно охоплюють теми таких навчальних дисциплін:

1. *Маркетинг*
2. *Менеджмент*
3. *Підприємництво*

**Форма проведення** – тестові завдання з використанням технологій дистанційного навчання (у форматі гугл-тесту) у синхронному режимі (відеоконференція) з цифровою фіксацією процесу їх складання.

**Тривалість проведення** – 40 хвилин.

**Максимальний конкурсний бал** – 200 балів.

При виконанні завдань фахового вступного випробування (фахового іспиту) необхідно дотримуватись принципів академічної доброчесності та етики академічних відносин.

## **II. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ (ФАХОВОГО ІСПИТУ)**

### **РОЗДІЛ 1. МАРКЕТИНГ**

#### **Тема 1. Теоретичні основи маркетингу**

Основні поняття та класифікація маркетингу. Підходи комерційних організацій до управління маркетингом. Поведінка споживача.

#### **Тема 2. Аналіз маркетингового середовища.**

Поняття маркетингового середовища. Система маркетингової інформації. Комплекс маркетингу та система організації служби маркетингу.

#### **Тема 3. Маркетингова товарна політика**

Класифікація товарів. Концепція життєвого циклу товару. Розроблення товару.

#### **Тема 4. Маркетингова цінова політика.**

Процес ціноутворення. Підходи до ціноутворення

#### **Тема 5. Маркетингова політика розподілу**

Визначення каналів розподілу. Функції каналів розподілу. Рівні каналів розподілу. Показники каналів розподілу. Визначення стратегії розподілу.

#### **Тема 6. Маркетингова політика комунікацій**

Комплекс маркетингових комунікацій. Характеристика моделі AIDA. Чинники, що визначають структуру комплексу стимулювання.

### **РОЗДІЛ 2. МЕНЕДЖМЕНТ**

#### **Тема 1. Теоретичні основи менеджменту**

Сутність та функціональні основи менеджменту. Організація та її середовище в менеджменті. Рівні менеджменту в організації: адміністративні, економічні, соціально-психологічні. Сутнісна характеристика процесного підходу у менеджменті.

#### **Тема 2. Функція планування в менеджменті**

Визначення планування та його завдання. Система планів організації, етапи планування за Р. Акоффом. Визначення і функціональне призначення стратегічного планування. Етапи стратегічного планування. Управління організацією стратегічного плану.

#### **Тема 3. Функція організування в менеджменті**

Функція організування в менеджменті та її місце в системі менеджменту. Організування та організаційна діяльність. Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи процесу делегування, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні). Організаційна структура як результат організаційної діяльності: рівні складності, централізації та децентралізації. Основні елементи та склад організаційної структури управління. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична, мережева.

#### **Тема 4. Мотивування як функція менеджменту**

Мотивування. Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання, стимул, винагорода, цінність. Види мотивування. Змістові та процесуальні теорії мотивування.

### **Тема 5. Контролювання як функція менеджменту.**

Контролювання. Основні види контролювання. Етапи процесу контролювання.

### **Тема 6. Інформація та комунікація в менеджменті.**

Інформація та її види. Вимоги до управлінської інформації. Поняття комунікації, її види та засоби. Перешкоди в комунікаціях. Комунікаційний процес.

### **Тема 7. Управлінські рішення**

Управлінські рішення в менеджменті. Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень (за М. Месконом). Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

### **Тема 8. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилi керівництва**

Вплив. Форми впливу в менеджменті. Влада. Типи влади в менеджменті. Лідерство. Підходи до лідерства. Стилi керівництва. Класифікація стилів керівництва.(за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний.

## **РОЗДІЛ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО**

### **Тема 1. Теоретичні засади підприємництва.**

Сутність підприємництва. Основні принципи та функції підприємницької діяльності.

### **Тема 2. Види підприємництва**

Виробниче підприємництво. Торговельне (комерційне) підприємництво. Біржове підприємництво. Підприємництво у сфері послуг.

### **Тема 3. Підприємство як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств.**

Види підприємств за метою та характером діяльності. Види підприємств за способом створення. Види підприємств за формами власності майна. Види підприємництва за національною приналежністю капіталу. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування. Види підприємств за розмірами.

### **Тема 4. Організація підприємницької діяльності**

Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Підприємницька ідея. Способи створення бізнесу. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності

### **Тема 5. Планування підприємницької діяльності**

Бізнес планування. Розробка бізнес плану. Склад основних розділів бізнес плану. Основні показники ефективності проекту.

### **Тема 6. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності**

Матеріальні ресурси. Нематеріальні ресурси. Трудові ресурси. Фінансові ресурси. Інвестиції в підприємницькій діяльності.

### **Тема 7. Ефективність підприємницької діяльності.**

Результати підприємницької діяльності. Показники ефективності використання основних засобів. Показники ефективності використання трудових ресурсів. Рентабельність. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності

### **Тема 8. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика**

Соціальна відповідальність бізнесу. Складові соціальної відповідальності. Ділова етика.

### ІІІ. ТИПОВІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ (ФАХОВОГО ІСПИТУ)

Усі тестові завдання - закритого типу, тобто містять лише одну вірну відповідь.

**Тест 1. Яку систему являє собою маркетинг?**

- a) виробничу
- b) збутову
- c) виробничо-збутову
- d) економічну

**Тест 2. Коли виробник спрямовує рекламну кампанію, і програму стимулювання продажів на кінцевих споживачів, щоб вони запитували товар в роздрібних точках, ця стратегія називається:**

- a) стратегія проштовхування;
- b) стратегія просування;
- c) стратегія попиту;
- d) стратегія комунікацій.

**Тест 3. На які фактори слід зважати увагу підприємству у процесі визначення асортиментної політики?**

- a) темпи науково-технічного процесу;
- b) зміни структури попиту;
- c) наявність власних виробничих і маркетингових «ноу-хау»;
- d) всі відповіді вірні.

**Тест 4. Етика ділових відносин – це...**

- a) моральні принципи ділового спілкування;
- b) знання про моральні аспекти ділових стосунків;
- c) рекомендації для успішного вирішення ділових проблем;
- d) наука про добро.

.  
. .

**Тест N. . .**

- a) ...
- b) ...
- c) ...
- d) ...

## VI. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

## VI. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання вступників за фаховим вступним випробуванням зі спеціальності (фаховим іспитом) проводиться за чотирибальною шкалою: «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно».

Фахове вступне випробування зі спеціальності (фаховий іспит) містить 25 тестових завдань, які структурно охоплюють увесь матеріал, що винесений на фахове вступне випробування зі спеціальності (фаховий іспит).

Кожне тестове завдання передбачає чотири варіанти відповіді, одна із яких вірна.

Кожна вірна відповідь на тестове завдання фахового вступного випробування зі спеціальності (фахового іспиту) складає **8 балів**.

Максимальна кількість балів за виконання тестових завдань складає 200 балів.

Вступник допускається до участі у конкурсному відборі на цю освітню програму/спеціальність, якщо за результатами фахового вступного випробування зі спеціальності (фахового іспиту), набрано не менше 104 балів.

Якщо вступник склав фахове вступне випробування зі спеціальності (фаховий іспит) на 103 балів і менше він втрачає право брати участь у конкурсному відборі на цю освітню програму/спеціальність.

Шкала та критерії оцінювання фахового вступного випробування зі спеціальності (фаховий іспит) наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Шкала переведення кількості правильних відповідей у кількість балів, отриманих за результатами фахового вступного випробування зі спеціальності (фахового іспиту) за 200-бальною та 4-бальною шкалою

Кількість вірно виконаних тестових завдань	Кількість балів, отриманих за результатами фахового вступного випробування	Оцінка за шкалою ЗВО
21-25	168-200	відмінно
16-20	128-160	добре
13-15	104-120	задовільно
12 і менше	0-96	незадовільно

## У. ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

### Нормативні акти:

1. Закон України «Про рекламу» // Відомості Верховної Ради України. – 2008. - №18. С.132 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
2. Закон України «Про захист економічної конкуренції» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2210-14>
3. Закон України "Про Антимонопольний комітет України" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3659-12>
4. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=236%2F96-%E2%F0>
5. Закон України «Про захист прав споживачів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1023-12>
6. Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на забезпечення додаткових соціальних та економічних гарантій у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)" від 30.03.2020 р. № 540-ІХ

### РОЗДІЛ 1. МАРКЕТИНГ

1. Барабанова В. В., Приймак Н. С., Богатирьова Г. А., Шаповалова І. В. Основи маркетингу [Текст]: метод. рек. до вивч. дисц./ В. В. Барабанова, Н. С. Приймак, Г. А. Богатирьова, І. В. Шаповалова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2022. 81 с.
2. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с
3. Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.
4. Дудар Володимир. Управління маркетингом: електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. – 85 с.
5. Фундаментальний маркетинг: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Промисловий маркетинг» / Зозульов О.В., Царьова Т.О., Гавриш Ю.О.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 362 с.

### РОЗДІЛ 2. МЕНЕДЖМЕНТ

1. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022 р. 258 с.
2. Менеджмент [Електронний ресурс] : підручник / М. М. Шкільняк, О. Ф.

Овсянюк-Бердадіна, Ж. Л. Крисько, І. О. Демків. - Тернопіль : ЗУНУ, 2022. - 258 с

3. Менеджмент у питаннях та відповідях: навчальний посібник / А. А. Вдовічен, О. Г. Вдовічена, В. А. Чичун та ін. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. 172 с.

4. Основи менеджменту : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «Молодший бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» денної форми навчання / уклад. В. М. Стамат, А. С. Полторак. Миколаїв : МНАУ, 2022. 162 с

### **РОЗДІЛ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО**

1. Гонтарева І. В. Підприємництво : підручник / І. В. Гонтарева. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. – 392 с

2. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

3. Майборода О.С., Пугач С.І., Смирнов Н.І та ін. «Основи бізнесу»./ За ред. Майборода О.С., Пугач С.І., Смирнов Н.І та ін. К.: 2016–460 с.

4. Підприємництво та основи бізнесу. Практикум: Навчальний посібник / [Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.]; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир : Житомирська політехніка, 2023. 280 с.

5. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. О. В. Димченко; [О. В. Димченко, О. Д. Панова, В. В. Коненко та ін.]; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 432 с

6. Підприємництво як чинник розвитку інноваційної моделі економіки України та її регіонів : монографія / під заг. ред. к.е.н., проф. І.В. Кривов'язюка. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 172 с