



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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова Приймальної комісії

Сергій СРОХІН

23 квітня 2026 р



**ПРОГРАМА**

**фахового вступного випробування зі спеціальності (фаховий іспит)**

**для вступу на навчання для здобуття ступеня магістр**

**за спеціальностями:**

**D3 «Менеджмент»**

**D5 «Маркетинг»**

**(освітня програма «Менеджмент бізнес-організацій»**

**освітня програма «Маркетинг»)**

*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 №2 від 23 квітня 2026 року

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

Кафедрою маркетингу, менеджменту та комерції  
протокол № 3  
від «12» березня 2026 року

Завідувач кафедри

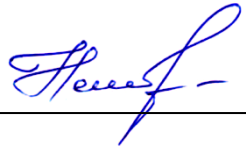


Микола ЄРМОШЕНКО  
(прізвище, ініціали)

«12» березня 2026 року

**ПОГОДЖЕНО:**

Гарант освітньої програми «Менеджмент бізнес-організацій»  
другого (магістерського) рівня вищої освіти



Юлія НЕГОВСЬКА  
(прізвище, ініціали)

«12» березня 2026 року

**ПОГОДЖЕНО:**

Гарант освітньої програми «Маркетинг» другого  
(магістерського) рівня вищої освіти



Юлія КОСТИНЕЦЬ  
(прізвище, ініціали)

«12» березня 2026 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<br>ВИПРОБУВАННЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ (ФАХОВОГО<br>ІСПИТУ).....        | ...5 |
| III. ТИПОВІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО<br>ВИПРОБУВАННЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ (ФАХОВОГО<br>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 2026 році (далі – Порядок прийому), затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України 26.02.2026 за № 373 (зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 20 березня 2026 року за № 374/45768), Правил прийому на навчання для здобуття вищої освіти у ВНЗ «Національна академія управління у 2026 році від 23 квітня 2026 року 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

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. Іванечко Н. Р., Борисова Т. М., Процишин Ю. Т., Окрепкий Р. М., Дудар В. Т., Хрупович С. В., Борисяк О. В. Маркетинг : навчальний посібник. — Тернопіль : ЗУНУ, 2021. — 180 с. <https://dspace.wunu.edu.ua/items/57f814b8-2f1b-455c-9518-95a4972eac42>
2. Зозульов О. В., Царьова Т. О. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу : навчально-методичний комплекс. — Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. — 100 с. <https://ela.kpi.ua/items/28f80496-19dd-4f98-8142-992b64c65137> (Ела)
3. Софієнко А. В., Шукліна В. В., Набока Р. М. Теоретичний маркетинг : навчальний посібник. — Херсон : Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. — 494 с. <https://surl.li/kzoqkv>
4. Глубоченко К. С., Стройко Т. В. Маркетинг : навчальний посібник-практикум для інтерактивних занять. — 2022. [https://www.researchgate.net/publication/362452256\\_Marketing\\_navcalnij\\_posibnik-praktikum\\_dla\\_interaktivnih\\_zanat](https://www.researchgate.net/publication/362452256_Marketing_navcalnij_posibnik-praktikum_dla_interaktivnih_zanat)
5. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. *Маркетинг: теорія і практика : підручник*. — Луцьк : СПД Гадяк Ж. В., друкарня «Волиньполіграф», 2022. — 408 с. <https://www.researchgate.net/search/publication?q=Маркетинг%20теорія%20і%20п%20практика%20Павлов%20Лялюк%20Павлова>
6. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасні концепції та технології : підручник. — Київ : Гельветика, 2024. — 326 с. [https://knushop.com.ua/index.php?product\\_id=2842&route=product%2Fproduct](https://knushop.com.ua/index.php?product_id=2842&route=product%2Fproduct)

7. Вербицька А. В., Полковниченко С. О., Рябова Т. А., Лисенко І. В., Ільчук В. П., Москаленко В. А., Бабаченко Л. В., Рябов І. Б. Маркетинг : навчальний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». — Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024. — 276 с. <https://ir.stu.cn.ua/items/8c3f8c87-c397-4c07-ad61-7c8caf37ef84>

8. Савченко С. О., Сукач О. М. Маркетинг : навчально-практичний посібник. — Черкаси : Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. — 151 с. <https://suem.edu.ua/storage/doc/books/marketyng-navchalnyi-posibnyk.pdf>

9. Старостіна А. О. (ред.) та ін. Маркетинг: світовий досвід та український вимір : підручник. — 2-ге вид., допов. та перероб. — Київ : Ліра-К, 2024. — 484 с. <https://omu.marketing/vyjshov-drukompidruchnyk-marketyng-cvitovyy-dosvid-ta-ukrayinskyj-vymir-za-red-prof-starostinoyi-a-o/>

## РОЗДІЛ 2. МЕНЕДЖМЕНТ

1. Храпкіна В. В., Матукова Г. І., Кожемякіна Т. В., Матукова-Ярига Д. Г., Гуменна О. В., Романченко Н. В., Сидоренко О. В., Бутар І. О., Медвідь В. Г., Михайлова Л. М. Менеджмент : навчальний посібник. — Київ : Києво-Могилянська академія, 2021. — 460 с. <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/aebe323-e734-4584-976e-b0c2e8d3ac41>

2. Іванов Н. С. (за заг. ред.) Сучасний менеджмент у схемах і таблицях. Частина 1 : навчальний посібник. — Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, 2021. <https://ipp.edu.ua/lib/?page=62>

3. Страпчук С. І., Миколенко О. П., Попова І. А., Пустова В. В. Менеджмент : навчальний посібник. — Львів : Новий Світ-2000, 2022. <https://ekhnuir.karazin.ua/items/9ed410b9-be4a-4086-8e5c-f7e2e2cabf8f>

4. Прохоренко О. В., Коптева Г. М., Брінь П. В., Шматько Н. М., Нащекіна О. М., Данько Т. В., Сітак І. Л., Шиян Н. І., Угрімова І. В., Маковоз О. С., Яценко О. М. Менеджмент для магістрів : навчальний посібник. — Харків : НТУ «ХПІ», 2024. — 382 с. [https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/320078/mod\\_folder/content/0/Book\\_2024\\_Prokhorenko\\_Menedzhment.pdf](https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/320078/mod_folder/content/0/Book_2024_Prokhorenko_Menedzhment.pdf)

5. Ладонько Л. С., Михайловська О. В., Філіпова Н. В. Менеджмент: теорія і практика : навчальний посібник. — Київ : Кондор, 2024. — 269 с. <https://condor-books.com.ua/ekonomika/menedzhment-teoriya-i-praktika-navchpos>

6. Михайленко О. В. та ін. Менеджмент : підручник. — 2024. — 384 с. <https://ir.polissiauniver.edu.ua/handle/123456789/16478>

## РОЗДІЛ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО

1. Гонtareва І. В. Підприємництво : підручник. — Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2021. — 392 с. <https://ekhnuir.karazin.ua/items/de36a2c0-cef2-4cc8-9436-62ef80cb5911>

2. Карпюк Г. І. Основи підприємництва : навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. — 2021. — 98 с. <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva>

[pdf](#)

3. Димченко О. В., Панова О. Д., Коненко В. В. та ін. *Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник*. — Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. — 432 с.

[https://ebooks.znu.edu.ua/index.php?action=url%2Fview&url\\_id=41918](https://ebooks.znu.edu.ua/index.php?action=url%2Fview&url_id=41918)

4. Марченко В. М., Тульчинська С. О., Шашина М. В., Дергалюк Б. В., Гречко А. В., Ткаченко Т. П., Кривда О. В., Макалюк І. В. *Основи підприємницької діяльності. Практикум : навчальний посібник*. — Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2024. <https://ela.kpi.ua/items/1460bf80-6307-4d68-8819-265b0d08086c>

5. Ковальська Л. Л., Кривов'язюк І. В. (за заг. ред.) *Підприємництво і торгівля : навчальний посібник*. — Київ : Кондор, 2024. — 620 с. [https://knushop.com.ua/index.php?product\\_id=9100&route=product%2Fproduct](https://knushop.com.ua/index.php?product_id=9100&route=product%2Fproduct)