

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ
ЗАКЛАД «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ»**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор _____ К.В. Муравйов

«1» _____ 2026 р.



**ПРОГРАМА
ДЛЯ ФАХОВИХ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ
АБІТУРІЄНТІВ**

*з базовою освітою
бакалавра, спеціаліста, магістра
до ступеня вищої освіти магістр*

зі спеціальності «Публічне управління та адміністрування»

Схвалено на засіданні кафедри
публічного адміністрування
Протокол № 9 від 26 березня 2026 р.
Завідувач кафедри

_____ *А.В. Дакан*

Київ – 2026

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Метою підготовки до предметного тесту з управління та адміністрування є надання абітурієнтам системних теоретичних знань та формування практичних навичок у галузі менеджменту, маркетингу та підприємництва, необхідних для успішного навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти за спеціальностями в сфері управління та адміністрування. Підготовка спрямована на розвиток здатності аналізувати управлінські ситуації, приймати обґрунтовані рішення, застосовувати інструменти маркетингу та розуміти механізми підприємницької діяльності в сучасних умовах.

Завдання програми:

- сформувати цілісне уявлення про теоретичні основи менеджменту, маркетингу та підприємництва як ключових складових управління та адміністрування;
- ознайомити абітурієнтів з основними поняттями, функціями, методами та інструментами управління організаціями;
- дослідити особливості функціонування організацій у внутрішньому та зовнішньому середовищі, процеси прийняття управлінських рішень;
- забезпечити розуміння механізмів маркетингової діяльності, товарної, цінової, розподільчої та комунікаційної політики;
- розкрити сутність, види та принципи підприємницької діяльності, форми організації підприємств;
- виробити навички аналізу управлінських, маркетингових та підприємницьких ситуацій, застосування теоретичних знань для розв'язання практичних завдань.

Після опанування програми абітурієнти повинні знати:

- теоретичні основи менеджменту: сутність, функціональні сфери, процес менеджменту, організацію та її середовище, рівні менеджменту, методи менеджменту, основні підходи (процесний, системний, ситуаційний);
- функції менеджменту: планування (стратегічне, тактичне, оперативне), організування (делегування, організаційні структури), мотивування, контролювання;

- інформацію та комунікації в менеджменті, управлінські рішення, вплив, владу, лідерство та стилі керівництва;
- теоретичні основи маркетингу: поняття, концепції, поведінку споживача, аналіз маркетингового середовища, комплекс маркетингу (4P);
- маркетингову товарну, цінову, розподільчу та комунікаційну політику;
- теоретичні засади підприємництва: сутність, цілі, принципи, функції, суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності;
- види підприємництва (виробниче, торговельне, біржове, у сфері послуг);
- підприємство як форму організації підприємницької діяльності: види підприємств за метою, способом створення, формами власності, національною належністю капіталу тощо.

Після опанування програми абітурієнти повинні вміти:

- аналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище організації, застосовувати SWOT- та PEST-аналіз;
- розрізняти функції та рівні менеджменту, типи організаційних структур;
- застосовувати основні методи прийняття управлінських рішень, аналізувати аргументацію та чинники впливу;
- розробляти елементи маркетингової стратегії, проводити сегментування ринку, позиціонування товару;
- розуміти процес ціноутворення, життєвий цикл товару, канали розподілу та комплекс маркетингових комунікацій;
- характеризувати види підприємницької діяльності та організаційно-правові форми підприємств;
- орієнтуватися в нормативно-правових засадах підприємництва в Україні.

Здобувачі можуть обрати будь-який тест з доступних предметних напрямків: Право та міжнародне право; Економіка та міжнародна економіка; Облік та фінанси; Управління та адміністрування; Політологія та міжнародні відносини; Психологія та соціологія; Педагогіка та психологія; Інформаційні технології ; Мовознавство; Історія мистецтва.

Зміст предметного тесту з управління та адміністрування

№п/п	Назва змістового модуля та теми
	ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. МЕНЕДЖМЕНТ
1	Теоретичні основи менеджменту
2	Функція планування в менеджменті
3	Функція організування в менеджменті
4	Мотивування як функція менеджменту
5	Контролювання як функція менеджменту
6	Інформація і комунікації в менеджменті
7	Управлінські рішення
8	Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стили керівництва
	ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ
9	Теоретичні основи маркетингу
10	Аналіз маркетингового середовища
11	Маркетингова товарна політика
12	Маркетингова цінова політика
13	Маркетингова політика розподілу
14	Маркетингова політика комунікацій
	ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО
15	Теоретичні засади підприємництва
16	Види підприємництва
17	Підприємство як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств
18	Організація підприємницької діяльності
19	Планування підприємницької діяльності
20	Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності
21	Ефективність підприємницької діяльності
22	Соціальна відповідальності бізнесу та ділова етика

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 1. Теоретичні основи менеджменту

Сутність та функціональні сфери менеджменту. Організація та її середовище в менеджменті. Рівні менеджменту в організації. Методи менеджменту: адміністративні; економічні; соціально-психологічні. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті.

Література [8, 10,12]

Тема 2. Функція планування в менеджменті

Визначення планування та його завдання. Система планів організації, етапи процесу планування Р.Акофтом. Визначення і функціональне призначення стратегічного планування. Етапи стратегічного планування. Управління реалізацією стратегічного плану.

Література [8, 10,12]

Тема 3. Функція організування в менеджменті

Функція організування 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.

Література [8, 10,12]

Тема 4. Мотивування як функція менеджменту

Мотивування як процес спонукання себе й інших до діяльності шляхом використання мотивів людини для досягнення особистих цілей або цілей організації. Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання, стимул, винагорода, цінність. Змістові та процесуальні теорії мотивування.

Література [8, 10,12]

Тема 5. Контролювання як функція менеджменту

Контролювання як процес виявлення можливих відхилень запланованих показників, встановлення причин цих відхилень і розроблення заходів щодо їх усунення. Основні види контролювання. Етапи процесу контролювання.

Література [8, 10,12]

Тема 6. Інформація і комунікації в менеджменті

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

Література [8, 10,12]

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.

Література [8-10, 12,13]

Тема 8. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилі керівництва.

Вплив як будь-яка поведінка однієї людини, яка змінює поведінку, відносини або відчуття іншої людини. Форми впливу у менеджменті. Підходи до лідерства. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ

Тема 9. Теоретичні основи маркетингу

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

Література [1,3,4,7]

Тема 10. Аналіз маркетингового середовища

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

Література [1,3,4,7]

Тема 11. Маркетингова товарна політика

Класифікація товарів. Концепція життєвого циклу товару. Розроблення товару.

Література [1,3,4,7]

Тема 12. Маркетингова цінова політика

Процес ціноутворення. Підходи до ціноутворення.

Література [1,3,4,7]

Тема 13. Маркетингова політика розподілу

Визначення каналів розподілу. Функції каналів розподілу: стимулювання збуту, встановлення контактів, пристосування товарів, проведення перемовин, організація товароруху, фінансування, прийняття ризиків. Рівні каналів розподілу: нульовий, однорівневий, дворівневий, трирівневий канали. Показники каналів розподілу: довжина, ширина.

Література [1,3,4,7]

Тема 14. Маркетингова політика комунікацій

Комплекс маркетингових комунікацій: поняття та структура (реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання продажу, особисті продажі). Характеристика моделі AIDA (модель ефективного звернення до цільової аудиторії): звернення має привернути увагу, утримати інтерес, порушити бажання та спонукати до здійснення дії.

Література [1,3,4,7]

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО

Тема 15. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Сутність підприємництва. Основні принципи та функції підприємницької діяльності.

Література [2,5,6, 11]

Тема 16. Види підприємництва

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

Тема 17. Підприємство як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств

Види підприємств за метою й характером діяльності. Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу. Види підприємств за формами власності майна. Види підприємств за національною належністю капіталу. Види підприємств за розмірами.

Література [2,5,6, 11]

Тема 18. Організація підприємницької діяльності

Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Способи створення бізнесу. еєстрація суб'єктів підприємницької діяльності.

Література [2,5,6, 11]

Тема 19. Планування підприємницької діяльності

Бізнес-планування. Розроблення бізнес-плану. Склад основних розділів бізнес-плану. Основні показники ефективності проєкту.

Література [2,5,6, 11]

Тема 20. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності

Матеріальні ресурси та нематеріальні ресурси. Трудові ресурси. Фінансові ресурси. інвестиції в підприємницькій діяльності.

Література [2,5,6, 11]

Тема 21. Ефективність підприємницької діяльності

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

Література [2,5,6, 11]

Тема 22. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика

Соціальна відповідальність бізнесу. Складові соціальної відповідальності: економічна, екологічна та складова. Ділова етика підприємця.

Література [2,5,6, 11]

Критерії оцінювання виконання тестових завдань

Тестові завдання фахових вступних випробувань абітурієнтів оцінюється в 200 бальній шкалі.

Тестові завдання складаються з 5 варіантів. Кожний варіант тестового вступного випробування складається з 140 завдань.

Максимальна можлива сума набраних балів становить 200.

Мінімальна кількість балів для участі в конкурсному відборі становить 100 балів.

Таблиця переведення тестових балів тестів до шкали 100-200

Кількість вірних відповідей	Оцінка (кількість балів)	Кількість вірних відповідей	Оцінка (кількість балів)	Кількість вірних відповідей	Оцінка (кількість балів)
34	100	71	148	107	183
35	100	72	149	108	184
36	101	73	150	109	184,5
37	102	74	151	110	185
38	103	75	152	111	185,5
39	104	76	153	112	186
40	105	77	154	113	186,5
41	106	78	155	114	187
42	107	79	156	115	187,5
43	108	80	157	116	188
44	109	81	158	117	188,5
45	110	82	159	118	189
46	111	83	160	119	189,5
47	112	84	161	120	190
48	113	85	162	121	190,5
49	115	86	163	122	191
50	116	87	164	123	191,5
51	118	88	165	124	192
52	119	89	166	125	192,5
53	121	90	167	126	193
54	122	91	168	127	193,5
55	124	92	169	128	194
56	125,5	93	170	129	194,5
57	127	94	171	130	195
58	128	95	172	131	195,5
59	130	96	173	132	196
60	131	97	174	133	196,5
61	133	98	175	134	197
62	134	99	176	135	197,5
63	136	100	177	136	198
64	137	101	178	137	198,5
65	139	102	179	138	199
66	140	103	180	139	199,5
67	142	104	181	140	200
68	143	105	182		
69	145	106	183		
70	146				

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2019 (або пізніше видання). 611 с. (дуже часто рекомендується).
2. Варналій З. С. Конкуренція і підприємництво : монографія. Київ : Знання України, 2015.
3. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г., Чичун В. А. та ін. Менеджмент у питаннях та відповідях : навчальний посібник. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2023. 172 с.
4. Замкова Н., Поліщук І., Довгань Ю. та ін. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. Вінниця, 2024.
5. Ільчук М. М., Коновал І. А., Барановська О. Д. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навчальний посібник. Київ : НУБіП України, 2024. 246 с.
6. Косенко О. П. (ред.) Маркетингова діяльність підприємств : підручник. 2-ге вид. Харків : Оберіг, 2023. 1155 с.
7. Краус К. М., Краус Н. М., Радзіховська Ю. М. Менеджмент і маркетинг : посібник. Київ : Аграр Медіа Груп, 2022. 241 с.
8. Лазоренко Т. В., Пермінова С. О. Основи менеджменту : конспект лекцій. КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021.
9. Маркова С. В., Головань О. О. та ін. Менеджмент-маркетинг у бізнесі : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2025.
10. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури.
11. Покропивний С. Ф., Соболь С. М., Швиданенко Г. О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування. Київ : КНЕУ, 2009 (класика).
12. Рябоволик Т. Ф., Андросук І. О., Доренська А. О. та ін. Менеджмент. Маркетинг. Підприємництво : навчальний посібник. Кропивницький : ЦНТУ, 2024. 208 с.
13. Сидоров О. А., Альошина Т. В. та ін. Менеджмент і адміністрування : підручник. Дніпро : Арт-Прес, 2023. 352 с.