

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова Приймальної комісії

ректор Херсонського державного університету,

Олександр СПИВАКОВСЬКИЙ

«05» червня 2026 р.



ПРОГРАМА

єдиного фахового вступного випробування

(співбесіди замість ЄФВВ) з управління та

адміністрування

для здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Затверджено на засіданні кафедри економіки, менеджменту та адміністрування Херсонського державного університету (протокол № 8 від 2 березня 2026 року).

Укладач програми



Юлія УШКАРЕНКО

ЗМІСТ

	с.
1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ	4
2. ФОРМА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ	4
3. СТРУКТУРА БІЛЕТУ	5
4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ	5
5. ОРІЄНТОВНІ ПИТАННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ІСПИТУ	6
6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	8

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Програма предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового випробування для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра на основі НКР 6, НКР 7. Дану програму розроблено відповідно до Наказу Міністерства освіти і науки України від 01.01.2024 за номером 426. Розробниками враховані основні діючі документи, зокрема відповідно до частини десятої статті 44, частини другої статті 45 Закону України «Про вищу освіту», підпункту 5 пункту 4 Положення про Міністерство освіти і науки України, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 16 жовтня 2014 року № 630 (зі змінами) та пункту 10 розділу VII Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти в 2024 році, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 06 березня 2024 року № 266, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 14 березня 2024 року за № 379/41724.

Метою проведення фахового іспиту з управління та адміністрування для вступу на здобуття освітнього ступеня «магістр» є оцінювання рівня підготовленості вступника до здобуття ступеня магістра за спеціальностями, визначених стандартами вищої освіти для бакалаврського рівня, яких вони набули під час здобуття освітнього рівня на основі якого здійснюється вступ.

2. ФОРМА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Організація та проведення єдиного фахового вступного випробування відбувається у порядку, визначеному у Положенні про приймальну комісію Херсонського державного університету. Фаховий іспит з «Управління та адміністрування» проводиться у формі усного іспиту. У разі повітряної тривоги під час складання фахового іспиту, іспит переривається, учасники можуть пройти до укриття. Якщо повітряна тривога буде короткочасною, учасники можуть продовжити складання фахового іспиту. Під час проведення вступного випробування не допускається користування електронними приладами, підручниками, навчальними посібниками та іншими матеріалами, якщо це не передбачено рішенням Приймальної комісії. У разі використання вступником під час вступного випробування сторонніх джерел інформації (у тому числі підказки) він відсторонюється від участі у випробуваннях, про що складається відповідний акт. Перелік тем для підготовки до фахового іспиту з «Управління та адміністрування» наведено у розділі 5.

3. СТРУКТУРА БІЛЕТУ

Фаховий іспит включає: – 60 питань, які розподіляються по два до кожного білету (менеджмент, маркетинг та підприємництво).

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

У відповідності з чинними нормативними актами і рекомендаціями МОН України встановлюються наступні критерії оцінювання відповідей вступників:

- 90-100 балів – виставляється вступнику, який показав на фаховому вступному випробуванні ґрунтовне знання навчального матеріалу, вільно володіє термінологію, пояснює особливості роботи з об'єктами та їх властивості, розуміє взаємозв'язок основних понять з управління та адміністрування, проявили здібності при аргументації та доведенні певних фактів та закономірностей;

- 74-89 балів – виставляється здобувачу, який показав на фаховому вступному випробуванні знання навчального матеріалу, успішно відповів на всі запитання з екзаменаційного білету, продемонстрував систематичний характер знань з дисципліни і готовність самостійно їх застосовувати і поновлювати в подальшій навчальній і професійній діяльності, проте допустив несуттєві помилки або не повною мірою розкрив одне з питань;

- 60-73 балів – виставляється здобувачу, який показав на фаховому вступному випробуванні знання основного навчального матеріалу, уміє наводити приклади, доводити певні положення, проте допускає помилки у відповідях, або розкриває одне з питань на загальному рівні;

1-59 балів – виставляється здобувачу, який має прогалини в знаннях основного навчального матеріалу, допускає принципові помилки, не володіє базовими знаннями з дисциплін «Менеджмент» та «Маркетинг», «Підприємництво» зазначеними відповідною програмою фахового вступного випробування.

Кожний білет фахового вступного випробування включає 2 теоретичних питання. Відповідь на кожне з двох теоретичних питань оцінюється окремо від 0 до 100 балів. При цьому вступник повинен уміти обґрунтувати певне положення, навести приклади, відповісти на запитання тощо.

Максимальна сума – 200 балів.

Мінімальний результат здачі фахового вступного випробування – 100 балів.

Результат абітурієнта від 0-99 балів – «незадовільно» – вступне випробування вважається не складеним, 100-200 балів – склав.

5. ОРІЄНТОВНІ ЗПИТАННЯ ДО ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ІСПИТУ З МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ

1. Сутність та функціональні сфери менеджменту.
2. Організація та її середовище в менеджменті.
3. Рівні менеджменту в організації.
4. Методи менеджменту: адміністративні; економічні; соціально-психологічні.
5. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті.
6. Функція планування в менеджменті.
7. Визначення і функціональне призначення стратегічного планування.
8. Етапи стратегічного планування.
9. Управління реалізацією стратегічного плану.
10. Функція організування в менеджменті.
11. Мотивування як функція менеджменту.
12. Контролювання як функція менеджменту.
13. Інформація і комунікації в менеджменті.
14. Поняття комунікації, її види та засоби.
15. Управлінські рішення в менеджменті.
16. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стили керівництва.
17. Основні поняття та класифікація маркетингу.
18. Поведінка споживача.
19. Поняття маркетингового середовища.
20. Система маркетингової інформації.
21. Методи маркетингових досліджень: спостереження, опитування, експеримент. Фокус-групове інтерв'ю як метод збирання первинної маркетингової інформації.
22. Маркетингова товарна політика.
23. Концепція життєвого циклу товару.
24. Маркетингова цінова політика.
25. Підходи до ціноутворення.
26. Маркетингова політика розподілу.
27. Визначення стратегії розподілу: інтенсивний маркетинг, вибіркоче проникнення, широке проникнення, пасивний маркетинг.
28. Маркетингова політика комунікацій.
29. Характеристика складових комплексу маркетингових комунікацій: реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання продажу, особисті продажі.

30. Чинники, що визначають структуру комплексу стимулювання: тип товару чи ринку; тип стратегії проштовхування товару та стратегія залучення споживача до товару; ступінь готовності покупця; етап життєвого циклу товару.

ОРІЄНТОВНІ ПИТАННЯ З ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ З ПІДПРИЄМНИЦТВА

1. Сутність підприємництва. Суб'єкти підприємницької діяльності. Об'єкти підприємницької. Ознаки підприємництва.
2. Основні принципи та функції підприємницької діяльності Базові принципи підприємницької діяльності. Функції підприємницької діяльності.
3. Виробниче підприємництво. Види виробничого підприємництва за спрямуванням. Види виробничого підприємництва за характером.
4. Торговельне (комерційне) підприємництво.
5. Біржове підприємництво.
6. Підприємництво у сфері послуг.
7. Види підприємств за метою й характером діяльності - комерційні (з одержанням прибутку) та некомерційні (без одержання прибутку).
8. Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу.
9. Види підприємств за формами власності майна.
10. Види підприємств за національною належністю капіталу, національні підприємства (капітал належить вітчизняним підприємцям), закордонні підприємства (капітал є власністю іноземних підприємців повністю або у тій частині, що забезпечує їм необхідний контроль), змішані підприємства (капітал належить підприємцям двох або кількох країн), у т.ч. спільні підприємства (метою створення змішаного підприємства є спільна підприємницька діяльність).
11. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування.
12. Види підприємств за розмірами.
13. Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності.
14. Способи створення бізнесу: створення нового підприємства; придбання функціонуючого бізнесу; заснування на основі франчайзингу. Переваги та недоліки.
15. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності. Основні етапи реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців (ФОП):
16. Бізнес-планування.

17. Розроблення бізнес-плану. Призначення бізнес-плану. Розділи бізнес-плану. Етапи розроблення бізнес-плану.
18. Склад основних розділів бізнес-плану.
19. Основні показники ефективності проекту: чиста приведена вартість (NPV); індекс прибутковості (P1); період окупності (PP). Точка беззбитковості (BEP) як обсяг або рівень операцій, за якого сукупний дохід дорівнює сукупним витратам (точка нульового прибутку або нульових збитків). Формула розрахунку точки беззбитковості у натуральному вираженні.
20. Матеріальні і нематеріальні ресурси.
21. Трудові ресурси.
22. Фінансові ресурси.
23. Інвестиції в підприємницькій діяльності.
24. Результати підприємницької діяльності. Економічна сутність і розрахунок показників: доходу від реалізації продукції (товарів, послуг), витрат, прибутку, собівартості продукції (послуг).
25. Показники ефективності використання основних засобів. Економічна сутність і розрахунок показників: віддача основних засобів, місткість основних засобів.
26. Показники ефективності використання трудових ресурсів. Економічна сутність і розрахунок показників продуктивності праці (виробіток, трудомісткість).
27. Рентабельність. Економічна сутність і розрахунок показників рентабельності: капіталу, виробництва, продукції, продажів.
28. Соціальна відповідальність бізнесу.
29. Складові соціальної відповідальності: економічна (відповідальність за економічні результати діяльності); екологічна (відповідальність за вплив на стан довкілля); соціальна (відповідальність за вирішення соціальних проюлем).
30. Ділова етика підприємця як система норм і правил моральної поведінки в діловому середовищі. Характерні ознаки ділової етики підприємця: вміння спілкуватися, повага чужої думки, стримування емоцій, визнання власної неправоти.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанов Л.В. (2020). Маркетинг підприємства: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 611 с.

2. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навчальний посібник / М. М. Ільчук, І. А. Коновал, О. Д. Барановська. К. : НУБіП України, 2024. 246 с.
3. Берг Г., Пітерс П. (2020). 25 ключових моделей управління. Перекладач В. Луненко. Харків : Ранок : Фабула. 208 с.
4. Буднікевич І.М. (2017). Маркетинг у галузях і сферах діяльності: Навчальний посібник. Київ. 536 с.
5. Дудяк Р.П. (2018). Маркетинг: навчальний посібник. Львів: Магнолія 2006. 455 с.
6. Кокоть В. Розвиток соціального підприємництва в Україні. Біла книга [Електронний ресурс] / Валерій Кокоть, Сергій Регелюк, Аліна Бочарнікова ; під заг. ред. Валерія Кокотя. Київ, 2020. 98 с. URL: https://drive.google.com/file/d/1Th4nsvSkcLEpZmKg0bBztOZCLB1_5S/view
7. Котлер Ф. (2021). Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру. Переклад з англійської О. Сіпігін. Київ : Альпіна Паблішер. 251 с.
8. Краус К.М., Краус Н.М., Радзіховська Ю.М. Менеджмент і маркетинг: посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2022. 241 с.
9. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. (2021). Електронна комерція та інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп. 454 с.
10. Липчук В.В. (2021). Маркетинг: навчальний посібник. Львів : Магнолія 2006. 455 с.
11. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. (2017). Інтернет-маркетинг: навчальний посібник. Київ. 184 с.
12. Мальська М.П., Білоус С.В. (2021). Менеджмент організацій: теорія і практика : навчальний посібник. Львівський національний університет імені Івана Франка. Київ : SBA-PRINT. 188 с.
13. Михайлова С.І. (2018). Менеджмент: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 536 с.
14. Мінцберг Г. (2018). Анатомія менеджменту. Ефективний спосіб керувати компанією. Перекладач Р. Корнута. Київ: Наш формат. 400 с.
15. Назарчук Т.В., Косіюк О.М. (2018). Менеджмент організацій: навч. посіб.. К.: Центр учбової літератури. 560 с.
16. Окландер М.А. (2017). Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ. 240 с.
17. Основи менеджменту. Теорія і практика (2017): навч. посіб. За заг. ред. проф. Мошека Г.Є. Київ: Видавництво Ліра-К. 528 с.

18. Основи підприємницької діяльності : підручник / за редакцією д.е.н., проф. В. М. Марченко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. 515 с.

19. Тодорова О. (2020). Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікації. Київ: Інтерконтиненталь-Україна. 191 с.

20. Хігнф Дж. (2021). Основи управління проєктами. Переклад з англ. Я. Машико. 5-те видання. Харків : Фабула #PRO. 272 с