

Затверджую  
Голова приймальної комісії  
НУ «Запорізька політехніка»  
проф. Віктор ГРЕШТА  
« 26 » КВІТНЯ 2024 року

## ПРОГРАМА

фахового іспиту замість предметного тесту з управління та адміністрування для абітурієнтів, які вступають до НУ «Запорізька політехніка» на навчання за освітнім ступенем «магістр» на основі НРК6, НРК7 за спеціальностями галузі знань 07-Управління та адміністрування: 073 – Менеджмент (освітня програма «Менеджмент організацій і адміністрування»); 075 – Маркетинг (освітня програма «Маркетинг») та 076 -Підприємництво та торгівля (освітня програма «Економіка підприємства»).

Для оцінки знань абітурієнтів на фаховому іспиті фаховою атестаційною комісією розроблені критеріально-орієнтовані тестові завдання відповідно до Програми предметного тесту з управління та адміністрування затвердженої наказом МОН від 11.02.22 р. №157, які дозволяють встановити рівень сформованості компетентностей, необхідних для засвоєння змісту навчання за спеціальностями галузі знань 07-Управління та адміністрування: 073 – Менеджмент (освітня програма «Менеджмент організацій і адміністрування»); 075 – Маркетинг (освітня програма «Маркетинг») та 076 -Підприємництво та торгівля (освітня програма «Економіка підприємства») ступеня «магістр».

Фаховий іспит може проводитись очно та/або дистанційно із використанням інформаційного сервісу «Система дистанційного навчання» НУ «Запорізька політехніка» (для осіб, які зареєстровані та перебувають на тимчасово окупованій території – за зверненням вступника). При проведенні в дистанційному форматі обов'язковою є процедура візуальної ідентифікації вступника, здійснюється відеофіксація іспиту.

Вступники повинні знати і вміти:

- основи сучасних досягнень у галузі управління та адміністрування;
- сутність функцій управління та зміст процесів їх реалізації;
- мати знання з моделювання та прийняття рішень в управлінні та менеджменті;
- визначати вплив різних факторів на ефективність системи управління організацією;
- визначати доцільність використання ресурсів, шукати і обчислювати резерви для підвищення рівня ефективності виробництва (діяльності);
- пояснювати і застосовувати поняття і терміни;
- здійснювати аналіз маркетингового середовища;
- провадити маркетингову товарну, цінову політику;

- орієнтуватися в особливостях політики розподілу;
- здійснювати маркетингові комунікації;
- основні поняття з підприємництва та торгівлі;
- зміст та механізм дії економічних законів, тенденцій та явищ в економіці;
- знати організаційні форми підприємницької діяльності.

При підготовці завдань комісія виділила такі основні розділи з переліком тем:

### **1. Теоретичні основи менеджменту:**

- Сутність та функціональні сфери менеджменту.
- Функція планування в менеджменті.
- Функція організування в менеджменті.
- Мотивування як функція менеджменту.
- Контролювання як функція менеджменту.
- Інформація і комунікації в менеджменті.
- Управлінські рішення.
- Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилi керівництва.

### **2. Теоретичні основи маркетингу:**

- Основні поняття та класифікація маркетингу.
- Підходи комерційних організацій до управління маркетингом.
- Поведінка споживача.
- Аналіз маркетингового середовища.
- Маркетингова товарна політика.
- Маркетингова цінова політика.
- Маркетингова політика розподілу.
- Маркетингова політика комунікацій.

### **3. Теоретичні засади підприємництва:**

- Сутність підприємництва.
- Види підприємництва.
- Підприємство як форма організації підприємницької діяльності.

Види підприємств.

- Організація підприємницької діяльності.
- Планування підприємницької діяльності.
- Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності.
- Ефективність підприємницької діяльності.
- Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика.

## КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою від 100 до 200 балів або ухвалюється рішення про негативну оцінку вступника («незадовільно»).

Кожний варіант тестів містить 30 завдань, які розподілені за трьома рівнями складності (по 10 завдань кожного рівня). Складність екзаменаційних завдань визначається, як правило, кількістю логічних кроків, які повинен виконати абітурієнт у процесі пошуку відповіді.

1-й рівень містить 10 завдань мінімального рівня складності, для відповіді на які достатньо орієнтуватися в подіях та знати їх відповідність певним історичним періодам розвитку соціальних відносин.

Правильна відповідь на кожне завдання цього рівня оцінюється двома балами.

2-й рівень містить 10 завдань середнього рівня складності, дозволяє з'ясувати рівень знань абітурієнта щодо ролі персоналій в суспільному процесі, володіння основними формами і методами соціальної роботи та соціальної допомоги.

Правильна відповідь на кожне завдання цього рівня оцінюється трьома балами.

3-й рівень містить 10 завдань підвищеної складності, відповідь на які вимагає на основі засвоєних знань і умінь продукувати нові розуміння стосовно поставлених питань. Відповідь на питання 3 рівня вимагає, як правило, глибини та чіткості суджень, вільного володіння абітурієнтом категоріально-понятійним апаратом соціальної роботи, здатності до оброблення і аналізу інформації у конкретних випадках.

Правильна відповідь на кожне завдання цього рівня оцінюється п'ятьма балами.

Отже, максимальна кількість балів, яку абітурієнт може отримати за правильно виконані завдання всіх трьох рівнів, складає 200 балів.

Вступник допускається до участі у конкурсному відборі для зарахування на навчання, якщо кількість отриманих балів становить більше ніж 100 балів.

У разі наявності в паперовій роботі більше однієї відміченої відповіді на кожне запитання, за це запитання виставляється нуль балів (окрім випадків, коли одна з відмічених відповідей на запитання закреслена, а інша зазначена акуратно та чітко).

Усі попередні кроки і міркування, що приводять до відповіді на завдання, абітурієнт виконує на чернетці. Перевірка цих записів екзаменаторами не передбачається. Екзаменатори перевіряють лише вірність закреслених відповідей серед запропонованих на кожне завдання варіантів А, Б, В, Г, Д, Е в листі відповіді.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Басва О. В. Менеджмент і адміністрування: в 2 ч. Ч. II. Менеджмент: навч. посіб. за ред. О. В. Басвої, Н. І. Новальської. К.: ДП "Вид. дім "Персонал", 2017. 326 с.
2. Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін. Основи підприємництва: Підручник / під заг. ред. Н.В. Валінкевич. – Житомир : ЖДГУ, 2019. – 492 с. URL: [https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/61211/mod\\_resource/content/1/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8\\_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%BA.pdf](https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/61211/mod_resource/content/1/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%BA.pdf)
3. Гірняк О. М., Лазановський П. П. Менеджмент у лекційному викладі: навч. посіб. — Львів: Українська академія друкарства, 2018. — 232 с. URL: <http://pm.uad.lviv.ua/storage/uploads/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82.pdf>
4. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій : стратегії, вітчизняна практика. навч. посіб. К. : «Видавничий дім «Професіонал», 2009. 320 с.
5. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: навч. посібник. К.: ВД «Професіонал», 2006. 304 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/610443/>
6. Довгань Л.Є., Малик Л.П., Мохонько Г.А., Шкробот М.В. Менеджмент організацій. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 271 с. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22243/1/%d0%9c%d0%9e\\_2017.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22243/1/%d0%9c%d0%9e_2017.pdf)
7. Дорошенко Г.О. Менеджмент: навч. посібник. – Харків, "ВСВ-Принт", 2015. – 300 с.
8. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2005. 393 с. URL: <https://buklib.net/books/21903/>
9. Колот А.М., Швиданенко Г.О. та ін. Створення власного бізнесу. К. : КНЕУ, 2017. 311 с. URL: [https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/25208/stvoren\\_vlasn\\_17.pdf?sequence](https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/25208/stvoren_vlasn_17.pdf?sequence)
10. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. 5-е вид. К.: Діалектика, 2020. 880 с. URL: <https://www.yakaboo.ua/osnovi-marketingu-2211199.html>
11. Краснокутська Н.С., Нащекіна О.М., Замула О.В. та ін. Менеджмент : Навчальний посібник /– Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. – 231 с. URL: [http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/40291/5/Book\\_2019\\_Krasnokutska\\_Menedzhment.pdf](http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/40291/5/Book_2019_Krasnokutska_Menedzhment.pdf)
12. Лазаренко Т.В. Основи менеджменту. навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 166 с. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/41193/1/Managment.pdf>
13. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2002. 272 с. URL: [https://dozkontrol.ucoz.ua/index/skachati\\_bezkoshtovno\\_pidruchniki\\_z\\_ekonomichnikh\\_disciplin\\_4/0-53](https://dozkontrol.ucoz.ua/index/skachati_bezkoshtovno_pidruchniki_z_ekonomichnikh_disciplin_4/0-53)
14. Мазаракі А.А. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / кол. авторів: за ред. А. А. Мазаракі: Харків: Фоліо, 2014. 846 с.
15. Мазур О. С. Ринкове ціноутворення: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/749170/>
16. Маркіна І.А., Помаз О.М., Помаз Ю.В. Операційний менеджмент. Навч. посібник. Полтава: ПДАА, 2018. – 244 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/6935/1/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9202019.pdf>
17. Окландер М.А., Кірнсова М.В. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2020. 246 с. URL: <https://oklander.info/?p=2082>
18. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика : підручник. К.: Центр учбової літератури, 2020. 284 с. URL: <https://oklander.info/?p=2089>
19. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. Київ: Видавництво Ліра-К, 2018. 468 с. URL: <https://lira-k.com.ua/preview/12422.pdf>
20. Останкова Л., Літвінєв Ю.І., Літвінова Т., Подгорная О. Ціноутворення в умовах ринку.

К.: Центр навчальної літератури. 2019. 400 с. URL: <https://www.yakaboo.ua/cinoutvorenija-v-umovah-rinku.html>

21. Остапчук А.Д., Збарська А.В. Організація підприємницької діяльності у фірмі: навч. посібник. – К.: КиМУ, 2015. – 273 с. URL: [https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u122/Pos2015\\_Org\\_Pidpr\\_Deal.pdf](https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u122/Pos2015_Org_Pidpr_Deal.pdf)

22. Панченко С.В., Дикань В.Л., Шраменко О.В. Підприємництво. Підприємництво [Текст] : підручник /– Харків : УкрДУЗТ, 2018. – Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. – 241 с. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2426/1/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf>

23. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В., Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації : підручник; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с. URL: [https://www.researchgate.net/publication/347491691\\_MARKETINGOVI\\_KOMUNIKACII\\_pidrucnik](https://www.researchgate.net/publication/347491691_MARKETINGOVI_KOMUNIKACII_pidrucnik)

24. Сенишин О. С., Кривенко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: [https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING\\_NAVCH.POSIBNYK\\_SENYSHYN-KRYVESHKO\\_L.pdf](https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_L.pdf)

25. Сментина Н.В. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб. – К.: ФОП Гуляєва В.М. 2019. – 320 с. URL: <http://dSPACE.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10004/1/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0%20%D1%96.pdf>

26. Стахів О.Г., Явнюк О.І., Волощук В.В. Вступ до менеджменту: навчальний посібник. Івано-Франківськ. «Лілея-НВ», - 2015. – 336 с.

27. Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. Менеджмент : навчальний посібник для здобувачів вищої освіти / Львів: Видавництво «Новий Світ-2000», 2020. 356 с. URL: [https://www.researchgate.net/publication/351117819\\_Menedzment\\_Navcalnij\\_posibnik\\_dla\\_zdobuvaciv\\_visoi\\_osviti\\_Strapcuk\\_S\\_I\\_Mikolenko\\_O\\_P\\_Popova\\_I\\_A\\_Pustova\\_V\\_V\\_Lviv\\_Vidavnictvo\\_Novij\\_Svit\\_-\\_2000\\_2020\\_356\\_s](https://www.researchgate.net/publication/351117819_Menedzment_Navcalnij_posibnik_dla_zdobuvaciv_visoi_osviti_Strapcuk_S_I_Mikolenko_O_P_Popova_I_A_Pustova_V_V_Lviv_Vidavnictvo_Novij_Svit_-_2000_2020_356_s)

28. Шкільняк М.М., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л., Демків І.О. Менеджмент: навчальний посібник. – Тернопіль: Крок, 2017 р. – 252 с. URL: <http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/31710/1/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%20%D0%A8%D0%BA%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D0%BA.pdf>

Затверджено на засіданні  
фахової атестаційної комісії  
з предметного тесту  
«Управління та адміністрування»  
«26» квітня 2024 р.

Голова фахової атестаційної комісії  
з предметного тесту  
«Управління та адміністрування»



Анастасія ЗЕРКАЛЬ