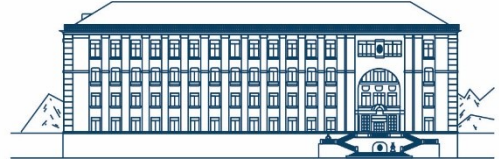




Національний університет  
водного господарства  
та природокористування



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Голова приймальної комісії

*В.С. Мошинський*  
В.С. Мошинський

«25» квітня 2024 року

## **ПРОГРАМА**

фахового іспиту для прийому на навчання  
за освітніми програмами підготовки магістра  
зі спеціальності **073 «МЕНЕДЖМЕНТ»**  
**(«Менеджмент організацій і адміністрування», «Менеджмент  
природоохоронної діяльності», «Управління проектами, «Управління  
навчальним закладом»)**

**РІВНЕ - 2024**

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Фаховий іспит зі спеціальності 073 «Менеджмент» (освітні програми «Менеджмент організацій і адміністрування», «Менеджмент природоохоронної діяльності», «Управління проектами», «Управління навчальним закладом») проводиться з метою оцінки рівня професійних знань вступників, які здобули певний ступінь вищої освіти, перевірки їх готовності до самостійних узагальнень, вміння аналізувати і вирішувати конкретні управлінські завдання відповідно до вимог підготовки магістра.

Фаховий іспит проводиться з врахуванням вимог наказу МОН № 157 від 11.02.2022 року «Про затвердження Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування».

Фаховий іспит включає зміст навчальних дисциплін професійно-практичної підготовки:

1. Менеджмент
2. Маркетинг
3. Підприємництво

## 2. ПОРЯДОК СКЛАДАННЯ ФАХОВОГО ІСПИТУ

2.1. Організація фахового іспиту здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію Національного університету водного господарства та природокористування.

2.2. Фаховий іспит проводиться в письмовій формі або з використанням комп'ютерної техніки і складається із 45-ти тестових завдань першого рівня складності та 2-ох тестових завдань другого рівня складності, кожне з яких містить п'ять варіантів відповіді.

2.3. Порядок нарахування балів при проходженні тестування за завдання першого рівня складності:

Структура тестового завдання 1	Умови нарахування (2 бали)-
Питання а) 100% вірна; б) 0% невірна; с) 0% невірна; д) 0% невірна; е) 0% невірна.	Питання містить лише одну вірну відповідь, при виборі якої нараховується 2 бали.

2.4. Завдання другого рівня складності оцінюються в 5 балів кожне і містять одну правильну відповідь. У разі відсутності розв'язку, але вірно відміченого правильного варіанту відповіді, завдання оцінюється в 2 бали.

2.5. Якщо в питанні вступник відмітив більше варіантів відповідей, ніж передбачено питанням, то питання оцінюється в 0 балів.

2.6. Час проведення фахового іспиту складає до трьох астрономічних годин.

### **3. ТЕМИ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ, ЯКИЙ ВІНОСИТЬСЯ НА ФАХОВИЙ ІСПИТ**

#### **ДИСЦИПЛІНА «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.

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

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

##### **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.

##### **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. Види мотивування. Змістові та процесуальні теорії мотивування.

##### **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.

##### **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.

##### **Тема 7. Управлінські рішення.**

Управлінські рішення в менеджменті. Характеристика управлінських рішень. 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 як будь-яка поведінка однієї людини, яка змінює поведінку, відносини або відчуття іншої людини. Форми впливу у менеджменті. Влада у менеджменті. Типи влади у менеджменті. Лідерство. Підходи до лідерства. Стилi керівництва та їх класифікація.

## ДИСЦИПЛІНА «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.

## ДИСЦИПЛІНА «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 й характером діяльності. Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу. Види підприємств за формами власності майна. Види підприємств за національною належністю майна. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування. Види підприємств за розмірами.

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

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

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

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

### **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 і ділова етика.**

Соціальна відповідальність бізнесу. Складові соціальної відповідальності.  
Ділова етика підприємця.

### **4. ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ФАХОВОГО ІСПИТУ**

1. Про затвердження Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування : наказ МОН № 157 від 11.02.2022. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/vstup-2022/Prohramy-YEFVV/Zatverdzeni.prohramy.YEFVV/11.02/Pro.zatv.Prohr.predm.testu.upravl.administruv-nakaz-157-11.02.2022.pdf>
2. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник / Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
3. Joe Tidd. Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change: Integrating Technological, Market and Organizational Change, 2020. 624 p.
4. Levchenko Ya., Shevchenko I., Dmytriieva O. Economy and business: course book. Kharkiv: FOP Brovin O.V., 2019. 128 p.
5. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 612 с.
6. Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О. Основи підприємництва: підручник / під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.
7. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2013. 368 с.
8. Гонtareва І. В. Підприємництво : підручник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с.
9. Данько Т. І., Яворська Н. П. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2019.
10. Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю. Економіка підприємства: навчальний посібник. Х.: ФОП Бровін О.В., 2018. 292 с.
11. Економіка та організація підприємницької діяльності : навч. посіб / заг. ред. д.е.н. Н. В. Сментини. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2019. 320 с.
12. Ємець О. І. Основи підприємництва : навч. посіб. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2012. 147 с.
13. Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент : підручник, 2-ге видання, стереот. Київ : Каравела, 2019. 480 с.
14. Кожушко Л. Ф., Кузнецова Т. О., Судук О. Ю. Основи менеджменту і маркетингу : навч. посібник. Рівне : НУВГП, 2016. 291 с.
15. Козловський В.О. Основи підприємництва : навч. посіб. 2-ге вид., переробл. та доп. Вінниця, 2011. 223 с.
16. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу (5-те європейське видання). 2020. 880 с.
17. Краснокутська Н.С., Нащекіна О.М., Замула О.В. та ін. Менеджмент : навч. посібник. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
18. Мальська М. П., Білоус С. В. Менеджмент організацій: теорія та практика : навч. посібник. Київ : SVA-print, 2020. 190 с.

19. Маркетинг і кризовий менеджмент у публічному управлінні та адмініструванні: Навчальний посібник / Подольчак Н. Ю., Перхач О. Л., Цигилик Н. В. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 104 с.

20. Маркетинг та менеджмент: Навчальний посібник / Є. В. Крикавський, Т. І. Данько, Н. Б. Ярошевич. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 96 с.

21. Маркетинг у цифровому середовищі [Текст]: підручник / Н.Є. Летуновська, Л.М. Хоменко, О.В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н.Є. Летуновської, Л.М. Хоменко. — Суми: СумДУ, 2021. — 259 с.

22. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, Б.О.Король, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/>.

23. Маркетинг: Навч. посібник. / Сенишин О. С., Кривешко О. В. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

24. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.

25. Маркетингова діяльність підприємств: підручник за заг.ред. Косенко О.П. 2-ге вид., зі змінами і доповненнями. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. 1155 с.

26. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст (монографія) / за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В.Карпенко. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 252 с.

27. Маркетингова політика розподілу: Навчальний посібник / Є. В. Крикавський, Н. С. Косар, А. Чубала. Друге видання, зі змінами. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 260 с.

28. Маркетингова товарна політика [текст]: навч. посіб. з грифом МОН України (лист № 1/11-10437 від 08.07.2014 р.) / М.А. Окландер, М.В. Кірносова – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 208 с.

29. Маркетингова товарна політика промислового підприємства: управління стратегіями диверсифікації: Монографія / Ілляшенко С.М., Пересадько Г.О., за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми: Університетська книга, 2023. 228 с.

30. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник / Крикавський Є. В., Дейнега І. О., Дейнега О. В., Лорві І. Ф.. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380 с.

31. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія і практика: Монографія/ М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль, Т.Д.Мельник; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1764/>.

32. Маркіна І.А., Біловол Л.І., Власенко В.А. Менеджмент організації. К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 248 с.

33. Менеджмент : навч. посібник [за ред. С. І. Михайлова]. К. : Центр навчальної літератури, 2017. 536 с.

34. Міжнародний маркетинг: Підручник / Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Буряк Р.І., Рафальська В.А. [та 5 інших]. Київ : Видавничий дім "Гельветика". 2018. 452 с.

35. Мошек Г. Є., Миколайчук І. П., Палеха Ю. І. Основи менеджменту. Теорія і практика : навч. посібник. К. : Видавництво Ліра-К, 2018. 528 с.

36. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
37. Організація власного бізнесу: навч. посіб.: за ред. к.е.н. доц. Є.В. Ткача. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т. ім. Ю. Федьковича. 2023. 264 с.
38. Основи інтернет-маркетингу: навчальний посібник / Н.Р. Кордзя. – Херсон: Олді-плюс, 2018. – 184 с.
39. Педько А.Б. Основи підприємництва і бізнес культури: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2022. 168 с.
40. Петруня Ю. Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: навчальний посібник. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
41. Підприємництво : підручник / С. В. Панченко та ін. Харків : УкрДУЗТ, 2018. 241 с.
42. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І.М. Сотник, д.е.н., проф. Л.М. Таранюка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
43. Райко Д.В. Моделювання поведінки споживачів щодо прийняття рішення з формування маркетингової товарної політики, виробництва та просування товарів підприємства : підручник. Суми : Триторія, 2023. 180 с.
44. Сенишин О. С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
45. Стратегічний маркетинг: Навчальний посібник / Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Романова Л.В., Антофій Н.М. Х.: Олді-плюс. 2019. 364 с.
46. Управління рекламними проектами: Навчальний посібник / Луцій О.П., Ларіна Я.С., Весперіс С.З. та ін. Х.: Олді-плюс. 2019. 300 с.
47. Юрко І. Торговельне підприємництво. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 232 с.

## 5. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ

Фаховий іспит для вступників ступеня магістр на основі ступеня бакалавра (ОКР спеціаліста, ступеня магістра) проводиться у письмовій формі або з використанням комп'ютерної техніки.

Бал фахового іспиту визначається як сума балів, одержаних за вирішення 47-ми тестів. Питання першого рівня складності оцінюються від 0 до 2-ох балів, питання другого рівня складності оцінюються від 0 до 5-ти балів. Детальний опис нарахування балів приведений в розділі 2 цієї програми.

Оцінка за виконання фахового іспиту за шкалою від 100 до 200 балів визначається за формулою:

$$N = n + 100,$$

де  $n$  – бал фахового іспиту за 100-бальною шкалою.

Фаховий іспит оцінюється з кроком в один бал. Заокруглення до цілого числа здійснюється за математичними правилами.

Вступник допускається до участі у конкурсі, якщо оцінка за виконання фахового іспиту складає не менше 110 за шкалою від 100 до 200 балів.

Програма обговорена та узгоджена на засіданні кафедри менеджменту та публічного врядування (протокол № 12 від 22 квітня 2024 р.)

В.о. завідувача кафедри  
менеджменту та публічного врядування



Л.Х. Тихончук

Програма розглянута та схвалена на засіданні приймальної комісії (протокол №12 від 25 квітня 2024 р.).

Відповідальний секретар  
приймальної комісії



Н.В. Вальчук