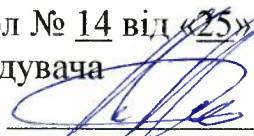
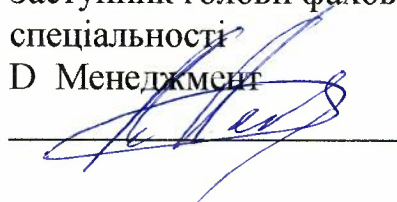


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ВИННИЧЕНКА

СХВАЛЕНО
на засіданні кафедри менеджменту та
підприємництва

Протокол № 14 від «25» березня 2025 р.
В.о. завідувача
кафедри  О.М.Левченко

РОЗРОБЛЕНО
Заступник голови фахової комісії зі
спеціальності
D Менеджмент
 О.М.Левченко

ЗАТВЕРДЖЕНО
наказом ЦДУ ім. В. Винниченка

від «01» 04 2025 року № 51-ук



Голова приймальної комісії

Ректор  Є.Ю. Соболев

ПРОГРАМА ФАХОВОГО ІСПИТУ
з управління та адміністрування

для вступу на навчання
на основі НРК6 та НРК7
для здобуття ступеня магістра

за спеціальністю D3 Менеджмент

освітньою програмою "Менеджмент"

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	3
ЗАГАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРОВЕДЕННЯ ФАХОВОГО ІСПИТУ	4
ТЕМАТИЧНІ РОЗДІЛИ ФАХОВОГО ІСПИТУ	5
Розділ 1. Менеджмент	5
Розділ 2. Маркетинг	7
Розділ 3. Підприємництво	8
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ВСТУПНИКІВ	9
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	10

ПЕРЕДМОВА

Метою фахового іспиту є комплексна перевірка знань вступників, отриманих в результаті вивчення циклу дисциплін, передбачених освітньо-професійною програмою і навчальними планами відповідно до ступеня бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста), необхідних для опанування ними магістерських програм та проходження конкурсу.

Завданнями фахового іспиту є:

- оцінка теоретичної підготовки вступників з дисциплін фахової підготовки бакалавра;
- виявлення рівня і глибини практичних умінь і навичок;
- визначення здатності застосування набутих знань під час розв'язання практичних завдань.

Вимоги до здібностей і підготовленості вступників. Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра вступники повинні мати базову вищу освіту за спорідненою / неспорідненою спеціальністю та здібності до оволодіння знаннями, уміннями, навичками і компетентностями в галузі менеджменту та основ економічних наук.

Характеристика змісту. Програма фахового іспиту охоплює коло питань, які в сукупності характеризують вимоги до знань і вмінь вступника, який бажає навчатись з метою одержання ступеня «магістр» зі спеціальності 073 Менеджмент за освітньою програмою «Менеджмент».

Програма фахового іспиту охоплює запитання чотирьох розділів:

Розділ 1. Менеджмент.

Розділ 2. Маркетинг.

Розділ 3. Підприємництво.

ЗАГАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРОВЕДЕННЯ ФАХОВОГО ІСПИТУ

Порядок проведення фахового іспиту визначається «Правилами прийому до Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка на 2025 рік». Програма фахового іспиту розроблена на основі Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України № 157 від 11.02.2022 р.

Фаховий іспит проводиться у формі тесту, що забезпечує високий рівень об'єктивності оцінювання, а також сприяє логічності мислення, цілеспрямованості та зосередженості вступників на глибокому вниканні в сутність питань, обдумуванні варіантів вирішення та побудови відповіді.

У кожному білеті подається інтегрований матеріал певного функціонального спрямування з різних дисциплін.

В пакет фахового іспиту входять екзаменаційні білети за такою структурою:

1. тестові завдання закритої форми, які містять дві компоненти:
 - а) запитальну (змістовну) частину;
 - б) варіанти відповідей (п'ять варіантів, один з яких є правильним).
2. практичне завдання, яке складається з двох ситуаційних завдань.

Розв'язання завдань вимагає від вступника продемонструвати навички щодо аналізу інформації, виконання необхідних розрахунків, розробки обґрунтованих висновків щодо вирішення проблеми.

Структура ситуаційного завдання: 1) вихідні умови; 2) інформаційне забезпечення; 3) завдання.

Вступник повинен проаналізувати запропоновану ситуацію, обґрунтувати критерій прийняття управлінського рішення. На підставі цього вступник здійснює необхідні розрахунки для прийняття остаточного рішення, яке оформлюється належними висновками.

Оцінка за фаховий іспит виставляється на засіданні комісії після закінчення екзамену. Після цього оцінка оголошується вступникам.

ТЕМАТИЧНІ РОЗДІЛИ ФАХОВОГО ІСПИТУ

РОЗДІЛ 1. МЕНЕДЖМЕНТ

1.1 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.

1.2 Функція планування в 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.

1.3 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, дивізіональна, матрична, мережева.

1.4 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: внутрішнє мотивування та зовнішнє мотивування.
- Змістові та процесуальні теорії мотивування.

1.5 Контролювання як функція менеджменту

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

1.6 Інформація і комунікації в менеджменті

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

1.7 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): діагностика проблеми, формулювання обмежень та критеріїв прийняття рішень, виявлення альтернатив та їх оцінка, остаточний вибір.
- Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

1.8 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: переконання, навіювання, вплив через участь, примус
- Влада як реальна можливість впливати на поведінку інших людей, змінювати її у визначеному напрямі, здатність підкорювати інших людей своїй волі. Влада у менеджменті.
- Типи владу менеджменті: влада примусу; влада винагороди; законна (традиційна) влада; влада експерта; еталонна влада (влада прикладу).
- Лідерство як здатність через особисті якості впливати на поведінку окремих осіб чи груп працівників у процесі спрямування їх діяльності на досягнення цілей організації.
- Підходи до лідерства.
- Стиль керівництва як звична манера поведінки керівника щодо підлеглих для здійснення на них впливу та спонукання до досягнення цілей організації.
- Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний.

РОЗДІЛ 2. МАРКЕТИНГ

2.1. Теоретичні основи маркетингу

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

2.2. Аналіз маркетингового середовища

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

2.3. Маркетингова товарна політика

- Класифікація товарів
- Концепція життєвого циклу товару
- Розроблення товару

2.4 Маркетингова цінова політика

- Процес ціноутворення
- Підходи до ціноутворення

2.5. 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.
- Визначення стратегії розподілу: інтенсивний маркетинг, вибіркове проникнення, широке проникнення, пасивний маркетинг.

2.6. Маркетингова політика комунікацій

- Комплекс маркетингових комунікацій
- Характеристика моделі А ГРА (модель ефективного звернення до цільової аудиторії): звернення має привернути увагу,
- Чинники, що визначають структуру комплексу стимулювання: тип товару чи ринку; тип стратегії прощтовхування товару та стратегія залучення споживача до товару; ступінь готовності покупця; етап життєвого циклу товару

РОЗДІЛ 3 ПІДПРИЄМНИЦТВО

3.1 Планування управлінської діяльності

- Бізнес-планування. Функції бізнес-планування (аналітична, прогностична, інформаційна, мотиваційна), принципи (гнучкість, багатоваріантність, інтерактивність, безперервність, комунікаційність).
- Джерела інформації для розробки бізнес-плану (законодавча база, бухгалтерська та статистична звітність; публікації та аналітичні огляди, Інформація із соціальних мереж, інтернет, рекламні матеріали, матеріали виставок, ярмарків, науково-практичних конференцій, відомості про конкурентів, самостійні маркетингові дослідження).
- Розроблення бізнес-плану.
- Склад основних розділів бізнес-плану.
- Основні показники ефективності проекту: чиста приведена вартість (ПРУ); індекс прибутковості (PI); період окупності (PP).

2.2 Ефективність господарської діяльності

- Результати господарської діяльності. Економічна сутність і розрахунок показників: доходу від реалізації продукції (товарів, послуг), витрат, прибутку, собівартості продукції (послуг).
- Показники ефективності використання основних засобів.
- Показники ефективності використання трудових ресурсів.
- Економічна сутність і розрахунок показників рентабельності.
- Шляхи підвищення ефективності господарської діяльності.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ВСТУПНИКІВ

Оцінка знань вступників з фахового іспиту здійснюється за 200 бальною системою за двома складовими:

- за результатами тестового контролю вступник отримує максимально 100 балів;
- за результатами розв'язання ситуаційних завдань вступник максимально отримує 100 балів.

Кожне завдання оцінюється за такими критеріями:

50 балів - завдання виконано повністю, задача розв'язана цілком вірно з наведенням правильних формул та розрахунків, подано пояснення та обгрунтовано отримані відповіді, які засвідчують рівень навичок та вмінь, висновки аргументовані та оформлені належним чином;

41-49 балів - завдання виконано повністю, задача розв'язана вірно, але відсутні відповідні пояснення;

31-40 балів - завдання виконано не менш як на 70%, при вирішенні задачі зроблено арифметичні помилки, однак алгоритм розв'язання правильний;

21-30 балів - завдання виконано не менш як на 50%, допущені незначні помилки у розрахунках або оформленні;

1-20 балів - задача виконана менш як на 50 %, допущені значні помилки в розрахунках і оформленні;

0 балів - задача розв'язана неправильно або взагалі не розв'язана.

Підсумкова оцінка фахового іспиту складається із загальної оцінки за всі завдання. Вступник може набрати від 0 до 200 балів включно. Вступник, який набрав менше, ніж 100 балів на фаховому іспиті, не допускається до участі у конкурсі.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова, Л. В. Маркетинг : навч. посіб. / Л. В. Балабанова. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2020. – 402 с.
2. Бланк, І. А. Основи підприємницької діяльності : навч. посіб. / І. А. Бланк. – К. : Ельга, 2017. – 364 с.
3. ЄПВВ з управління та адміністрування : збірник тестових завдань / Укр. центр оцінювання якості освіти. – К. : УЦОЯО, 2024. – 112 с.
4. Єпіфанов, А. О. Економіка підприємства : навч. посіб. / А. О. Єпіфанов. – Суми : Університетська книга, 2018. – 368 с.
5. Завадський, Й. С. Менеджмент : навч. посіб. / Й. С. Завадський, Л. Л. Антонюк. – К. : Знання, 2017. – 485 с.
6. Івченко, А. І. Основи менеджменту : навч. посіб. / А. І. Івченко. – Харків : Факт, 2018. – 312 с.
7. Козирєва О. В., Глебова Н. В., Ковальова В. І. Навчальний посібник з дисципліни «Офісний менеджмент»: для здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Менеджмент». Харків: Видавництво Іванченка, 2021. 274 с.
8. Козирєва О. В., Світлична К.С., Шуть О.Ю., Коляда Т.А.. Основи прийняття управлінських рішень : навчальний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І.С., 2021. 186 с.
9. Котлер, Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер ; пер. з англ. – К. : Видавнича група «Основи», 2016. – 800 с.
10. Поддєрьогін, А. М. Фінанси підприємств : підручник / А. М. Поддєрьогін. – К. : Центр учбової літератури, 2021. – 480 с.
11. Савлук, М. І. Гроші та кредит : підручник / М. І. Савлук, А. М. Мороз. – К. : КНЕУ, 2020. – 542 с.
12. Сагайдак-Нікітюк Р. В. Управління господарською діяльністю підприємства : навч. посібник / Р. В. Сагайдак-Нікітюк, А. Б. Гончаров, О. В. Доровський. Х., 2015. 340 с.
13. Сук, Л. К. Основи бухгалтерського обліку : навч. посіб. / Л. К. Сук. – Львів : Новий світ–2000, 2019. – 298 с.