

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

ЗАТВЕРДЖУЮ

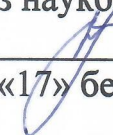
Ректор

 Сергій ОКОВИТИЙ
«17» березня 2025 р.



ПОГОДЖЕНО

В.о. проректора

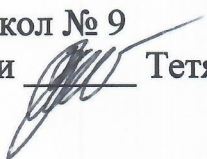
з науково-педагогічної роботи
 Наталія ГУК

«17» березня 2025 р.

ПРОГРАМА
ФАХОВОГО ІСПИТУ

для вступу на навчання за освітнім ступенем магістра
на основі освітнього ступеня бакалавра
(освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста, освітнього ступеня магістра)
за спеціальністю D3 Менеджмент, D4 Публічне управління та адміністрування,
D5 Маркетинг



Розглянуто на засіданні вченої ради
факультету економіки
від «17» __03__ 2025 р.; протокол № 9
Голова вченої ради  Тетяна ГРИНЬКО

Дніпро-2025

Програму фахового іспиту складено на основі чинної програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра, затвердженої наказом Міністерства освіти і науки України від 11 лютого 2022 року № 157.

Укладачі програми:

1. Мешко Наталія Петрівна, в.о. завідувачка кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, д.е.н., професор;
2. Яровенко Тетяна Сергіївна, т.в.о. завідувача кафедри економіки, підприємництва та управління підприємством
3. Смирнова Тетяна Анатоліївна, старший викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту.

Програма ухвалена на засіданні кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту

від «13» березня 2025 р.; протокол № 11

В.о. завідувача кафедри


(підпис)

Наталія МЕШКО

(ім'я та прізвище)

Програма ухвалена на засіданні кафедри економіки, підприємництва та управління підприємством

від «13» березня 2025 р.; протокол № 11

Т.в.о. завідувача кафедри


(підпис)

Тетяна ЯРОВЕНКО

(ім'я та прізвище)

та на засіданні науково-методичної ради факультету економіки
від «17» _03_ 2025 р.; протокол № 9

Голова науково-методичної ради


(підпис)

Оксана ЛЕВКОВИЧ

(ім'я та прізвище)

1. ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА

Фаховий іспит (ФІ) передбачає перевірку здатності вступника до опанування освітньої програми другого (магістерського) рівня вищої освіти на основі здобутих раніше компетентностей.

Результати ФІ зараховуються для конкурсного відбору осіб; які на основі освітнього ступеня бакалавра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста, освітнього ступеня магістра) вступають на навчання для здобуття ступеня магістра.

Узагальнена структура фахового іспиту

№	Найменування розділу	Питома вага
1	Менеджмент	34%
2	Маркетинг	34%
3	Підприємництво	32%

2. ТЕМАТИКА ОЦІНЮВАННЯ

РОЗДІЛ 1. МЕНЕДЖМЕНТ

- 1.1. Теоретичні основи менеджменту
- 1.2. Функція планування у менеджменті
- 1.3. Функція організування в менеджменті.
- 1.4. Мотивування як функція менеджменту
- 1.5. Контролювання як функція менеджменту
- 1.6. Інформація і комунікації в менеджменті
- 1.7. Управлінські рішення
- 1.8. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стили керівництва

РОЗДІЛ 2. МАРКЕТИНГ

- 2.1. Теоретичні основи маркетингу
- 2.2. Аналіз маркетингового середовища
- 2.3. Маркетингова товарна політика
- 2.4. Маркетингова цінова політика
- 2.5. Маркетингова політика комунікацій

РОЗДІЛ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО

- 3.1. Теоретичні засади підприємництва
- 3.2. Види підприємництва
- 3.3. Підприємництво як форма організації підприємницької діяльності.
Види підприємств
- 3.4. Організація підприємницької діяльності
- 3.5. Планування підприємницької діяльності

- 3.6. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності
- 3.7. Ефективність підприємницької діяльності
- 3.8. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика

3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

До Розділу № 1 «Менеджмент»

Основна:

1. Основи менеджменту: Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова.– Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021.166 с.

2. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. – Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». – Житомир: Вид-во «Рута», 2021. – 856 с.

3. Менеджмент : Навчальний посібник / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. – Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. – 231 с.

4. Міжнародний менеджмент: сучасні теорії та практики: навчальний посібник [Н.П. Мешко, К.М. Ніколаєва, С.С. Апальков, В.В. Апалькова та ін.] за заг. ред. д.е.н., проф. Мешко Н.П. – Д.: Літограф, 2018. – 376 с. ISBN 978-617-7540-35-8.

5. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022 р. 258 с.

Допоміжна:

1. Назарчук Т. В. Менеджмент організацій: Навчальний посібник. / Т. В. Назарчук, О. М. Косіюк – К.: «Центр учбової літератури», 2018. – 560 с.

2. Філлипова С.В. Харічков С.К. Механізми та інструменти менеджменту діяльності сучасного підприємства.- К.: Центр навчальної літератури - 2017. – 176 с.

3. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: методологічні положення та прикладні механізми. – Тернопіль: Лілея, 2017

4. Павловські Гжегож. Діагностика ефективності типової організаційної структури управління підприємства як загальна діагностична ціль системи управлінської діагностики / Гжегож Павловські. // Ефективна економіка. - 2017. - № 3.

5. Гріфін Р., Яцура В. Основи менеджменту: Підручник / Наук. Ред. В.Яцура, Д.Олесневич. – Львів: БаК, 2016. – 624 с.

До Розділу № 2 «Маркетинг»

Основна:

1. Буряк Р. І., Збарський В. К., Талавиця М. П., Бондаренко В. М. Маркетинг: [підручник]. Київ: ЦП «КОМПРИНТ». 2023. 538 с.
2. Палига Є. М., Гіряк О. М., Лазановський П. П. П 14 Маркетинг : підруч. Львів : Українська академія друкарства, 2020. 352 с.
3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
4. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
5. Голда Н.М., Краузе О.І Опорний конспект лекцій з курсу “Основи маркетингу”. Тернопіль: ТНТУ, 2018. – 96 с.
6. Коріньєв, В.Л. М.Х. Корецький, О.І. Дачій Маркетингова цінова політика. – Київ, 2019.-200 с.

Додаткова:

1. Стратегічний маркетинг : підручник / О. І. Лабурцева, Л. К. Яцишина, О. С. Бондаренко, Т. М. Янковець; за ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. – 248 с.
2. Катаєв А. В. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спец. «Фінанси і кредит», «Облік і аудит» / А. В. Катаєв ; Харків. торг.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. – Електрон. текст. дані. – Харків : Видавничий центр «Діалог», 2016. –290с.
3. Примак Т. О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством: Монографія. - Київ: ТОВ “Експерт ЛТД”, 2017. – 380 с .
4. Яковлев А.І., Ларки М.І. Маркетинг промислового підприємства – Київ: Кондор, 2019. – 496с.
5. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг. – Львів.: Державний університет “Львівська політехніка”, 2017. – 244 с.
6. Плахотнікова Л.О. Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 108 с.
7. Українська асоціація маркетингу <http://uam.in.ua/ukr/>

До Розділу № 3 «Підприємництво»

1. Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін. Підприємництво та основи бізнесу. Практикум: Навчальний посібник; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Житомирська політехніка, 2023. 280 с.
2. Основи підприємницької діяльності: підручник / за редакцією д.е.н., проф. В.М. Марченко. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. 515 с.
3. Гонтарева І. В. Підприємництво: підручник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с.

4. Мохонько Г.А. Організація підприємницької діяльності: навчальний посібник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 61 с.
5. Чортюк Ю.В., Євдокимова А.В. Організація підприємницької діяльності : конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2020. 81 с.
6. Димченко О.В., Панова О.Д., Коненко В.В. та ін. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник.; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 432 с.

4. СТРУКТУРА БІЛЕТУ

Кожний білет фахового іспиту містить **50 тестових завдань**, зміст яких стає відомим вступнику лише при отриманні. Питання складено у формі обрання однієї вірної відповіді з чотирьох запропонованих.

Оцінка за відповідь на кожне питання може набувати одного з двох значень:

максимального значення 2 балів у випадку вірної відповіді;
мінімального значення 0 балів у випадку невірної відповіді.

Розподіл питань у білеті:

– за формою завдань:

Розділ	Питома вага	Кількість тестових завдань у варіанті	Кількість балів за тестове одне завдання	Максимальна кількість балів
Менеджмент	34%	17	2	34
Маркетинг	34%	17	2	34
Підприємництво	32%	16	2	32
Всього питань на обрання вірної відповіді	100%	50	2	50 x 2=100

Формування бази тестових завдань за розділами:

база містить тестові завдання за розділами Програми ;
у кожному розділі 1 блок; кількість завдань у блоці формується у співвідношенні до значення питомих ваг в програмі; всього тестів з одного фахового іспиту 500.

Розділ	Кількість блоків	Питома вага	Всього завдань з розділу
Менеджмент	1	34%	170
Маркетинг	1	34%	170
Підприємництво	1	32%	160
Загальна кількість завдань			500