

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та менеджменту



ЗАТВЕРДЖЕНО

Голова приймальної комісії

Олександр КОВАЛЬЧУК

05.05.2026 р., протокол № 4

ПРОГРАМА

комплексного вступного випробування за фахом
при зарахуванні на навчання на основі освітнього ступеня бакалавр,
освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст, освітнього ступеня магістр
для здобуття освітнього ступеня магістр
за спеціальністю ДЗ «Менеджмент»
ОП «Менеджмент підприємницької діяльності»

Програму підготували:

Швець Тетяна Василівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та туризму.

Булуй Олексій Григорович – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та туризму.

Левківська Лариса Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та туризму.

ПРОГРАМА

вступних випробувань для здобуття ОС «Магістр»
на базі ОС «Бакалавр», ОКР «Спеціаліст» та ОС «Магістр»

Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність	D3 «Менеджмент»
Освітня програма	«ОП «Менеджмент підприємницької діяльності»

ВСТУП

Програма вступних випробувань до Поліського національного університету для здобуття ОС «Магістр» складена відповідно до програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра. Програма передбачає виявлення рівня сформованості теоретичних та практичних компетентностей у сфері підприємництва, управління організаціями різних правових форм з урахуванням специфіки їх функціонування в умовах ринкового середовища.

Програма передбачає наступні розділи:

- менеджмент;
- маркетинг;
- підприємництво.

Програма пов'язана з компонентами, які характеризують об'єкт управління або окремі його функції – економічні, фінансові, маркетинг, системи технологій тощо. Вона упорядкована відповідно до анотації освітньо-професійної програми підготовки бакалавра і базується на знаннях з дисциплін, які дозволяють визначити рівень теоретичних та практичних навичок у сфері підприємництва та торгівлі.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

РОЗДІЛ 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 1.1. Теоретичні основи менеджменту

Сутність та функціональні сфери менеджменту. Суб'єкти менеджменту. Процес менеджменту. Організація та її середовище в менеджменті. Поняття організації. Загальні характеристики організації. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації. Рівні менеджменту в організації. Управлінська праця. Методи менеджменту: адміністративні, економічні, соціально-психологічні. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті.

Тема 1.2. Функція планування в менеджменті

Визначення планування та його завдання. Система планів організації, етапи процесу планування за Р. Акоффом (стратегічний, тактичний, операційний). Етапи процесу планування за Р. Акоффом. Визначення і функціональне призначення стратегічного планування. Адаптація до зовнішнього середовища. Внутрішня координація стратегічної діяльності. Усвідомлення організаційних стратегій. Етапи стратегічного планування. Вимоги до формування місії організації. Цілі організації (SMART). Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища. Управління реалізацією стратегічного плану.

Тема 1.3. Функція організування в менеджменті

Функція організування та її місце в системі менеджменту. Основні процеси реалізації функції організування. Організування та організаційна діяльність. Форми реалізації організування (адміністративно-організаційне та оперативне управління). Складові організаційної діяльності (диференціація, поділ праці). Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи процесу делегування, типи повноважень (лінійні, штабні функціональні). Організаційна структура як результат організаційної діяльності: рівні складності, централізації, та децентралізації. Етапи проектування організаційної структури. Основні елементи та склад організаційної структури управління. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична, мережева.

Тема 1.4. Мотивування як функція менеджменту

Мотивування як процес спонукання себе та інших до діяльності. Головні поняття мотивування: потреба, мотив. Спонукання стимул, винагорода, цінність. Види мотивування (внутрішнє, зовнішнє). Змістовні та процесуальні теорії мотивування.

Тема 1.5. Контролювання як функція менеджменту

Контролювання як процес. Умови необхідності контролювання у

менеджменті. Види контролювання (попередній, поточний, завершальний). Етапи процесу контролювання.

Тема 1.6. Інформація і комунікації в менеджменті

Інформація та її види. Вимоги до управлінської інформації. Поняття комунікації її види та засоби. Засоби комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Фільтри в інформації. Шуми в комунікації. Комунікаційний процес. Складові класичної моделі комунікаційного процесу.

Тема 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). Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень. Призначення кількісних та якісних методів прийняття та обґрунтування управлінських рішень.

Тема 1.8. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилi керівництва

Суть впливу. Форми впливу в менеджменті. Суть влади. Типи влади в менеджменті. Лідерство. Підходи до лідерства. Стиль керівництва. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний.

Список рекомендованих джерел

1. Вербовська Л. С., Берлоус М.В. Менеджмент і адміністрування (модуль «Адміністративний менеджмент»): практикум. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2018. 28с. URL.: http://nung.edu.ua/files/attachments/praktykum_mia_am.pdf.
2. Дудур Т.Г., Волошин Р.В., Дудар В.Т. Менеджмент: підручник. ЦУЛ. 2019. 336 с.
3. Михайлов С.І. Менеджмент: підручник. ЦУЛ. 2019. 536 с.
4. Назарчук Т.В., Косіюк О.М. Менеджмент організацій: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2018. 560 с.
5. Основи менеджменту і маркетингу: навч. посіб. / Л.Ф. Кожушко, Т.О. Кузнецова, О.Ю. Судук. Рівне: НУВГП, 2016. 291с.
6. Основи менеджменту: теорія і практика / за ред. Мошек Г.Є. навч. посіб. Ліра-К. 2021. 528 с.
7. Основи менеджменту і маркетингу: навч. посіб. / Л.Ф. Кожушко, Т.О. Кузнецова, О.Ю. Судук. Рівне: НУВГП, 2016. 291с.
8. Осовська Г. В. Менеджмент : підруч. / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. К.: Кондор-Видавництво, 2015. 563 с.
9. Рутьєв В.А. Менеджмент: підруч. ЦУЛ. 2019. 312 с.
10. Юрген Аппело. Менеджмент 3.0. Agile-менеджмент. Лідерство та управління командами: підручник. Фабула. 2019. 432 с.

РОЗДІЛ 2. МАРКЕТИНГ

Тема 2.1. Теоретичні основи маркетингу

Основні поняття та класифікація маркетингу. Визначення маркетингу за Котлером. Типологія ринку (ринок продавця, ринок покупця, ринок товарів промислового призначення, споживчий ринок). Типологізація попиту. Класифікація маркетингу. Підходи комерційних організацій до управління маркетингом. Цілі системи маркетингу. Поведінка споживача. Проста модель купівельної поведінки, розгорнута модель купівельної поведінки. Чинники поведінки споживачів на ринку B2B. Чинники поведінки споживачів на ринку B2C.

Тема 2.2. Аналіз маркетингового середовища

Поняття маркетингового середовища. Мікромаркетингове середовище. Макромаркетингове середовище. Сегментування ринку. Ринкові можливості. Модель Ансоффа. Система маркетингової інформації. Класифікація підсистем інформації. Схема маркетингового дослідження. Методи та інструменти маркетингових досліджень. Комплекс маркетингу та система організації служби маркетингу.

Тема 2.3. Маркетингова товарна політика

Класифікація товарів. Концепція життєвого циклу товару. Види кривих життєвого циклу товару (з повторним циклом, гребінцева, традиційна, моди). Розроблення товару. Класифікація товарів. Товарна марка. Упакування товару.

Тема 2.4. Маркетингова цінова політика

Процес ціноутворення. Етапи, завдання, чинники ціноутворення. Методи маркетингового ціноутворення. Підходи до ціноутворення.

Тема 2.5. Маркетингова політика розподілу

Визначення каналів розподілу. Функції каналів розподілу. Рівні каналів розподілу. Показники каналів розподілу. Стратегія розподілу.

Тема 2.6. Маркетингова політика комунікацій

Комплекс маркетингових комунікацій. Характеристика складових комплексу маркетингових комунікацій. Характеристика моделі AIDA (модель ефективного звернення до цільової аудиторії). Чинники, що визначають структуру комплексу стимулювання.

Список рекомендованих джерел

1. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які має знати кожен менеджер / Філіп Котлер. Вид-во: Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.
2. Котлер Ф. Основи маркетингу / Філіп Котлер, Гарі Армстронг. Вид-во: Діалектика, 2020. 880 с.

3. Маркетингова діяльність підприємства: навчальний посібник / В. В. Зіновчук, Л. В. Тарасович, О. М. Буднік та ін.. ; за ред.. В. В. Зіновчука, Л. В. Тарасович. Житомир: Вид-во О. О. Євенок, 2019. 464 с.
4. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М. та ін. А.В. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
5. Маркетинг: навч. посіб. / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко, О.Ю. Пригара, Л.О. Ярош-Дмитренко ; за ред. проф. А.О. Старостіної К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
6. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
7. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. К.: Центр навчальної і практичної літератури, 2020. 284 с.
8. Окландер М.А., Кірносорова М.В. Маркетингова товарна політика. К.: Центр навчальної і практичної літератури, 2020. 246 с.
9. Павловська Л. Д., Павловський Д. В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Житомир: Вид. О. О. Євенок, 2017. 344 с
10. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посіб. / О. С. Сенишин, О. В. Кривешко. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

РОЗДІЛ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО

Тема 3.1. Теоретичні засади підприємництва

Сутність та цілі підприємництва. Суб'єкти, об'єкти та ознаки підприємницької діяльності. Основні принципи та функції підприємницької діяльності: базові принци; інноваційна (творча), соціальна, екологічна, ресурсна, стимулююча, організаційна функції.

Тема 3.2. Види підприємництва

Виробниче підприємництво. Види виробничого підприємництва. Торговельне (комерційне) підприємництво. Види торговельного (комерційного) підприємництва. Біржове підприємництво. Види бірж за профілем діяльності. Товарні біржі, функції товарних бірж. Підприємництво у сфері послуг. Основні види послуг за призначенням: виробничі, розподільчі, професійні, споживчі, суспільні.

Тема 3.3. Підприємство, як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств.

Види підприємств за метою та характером діяльності: комерційні та некомерційні. Види підприємств за способом створення та формування статутного капіталу (унітарні, корпоративні). Види підприємств за формами власності майна: приватні, колективні, комунальні, державні, підприємства, засновані на змішаній формі власності. Види підприємств за національною належністю капіталу (національні, закордонні, змішані). Види підприємств за

технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування (головні, дочірні, асоційовані, філії). Види підприємств за розміром: великі, середні, мілі та мікропідприємства.

Тема 3.4. Організація підприємницької діяльності

Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Вибір сфери діяльності. Вибір форми організації підприємництва. Способи створення бізнесу. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності. Основні етапи реєстрації юридичних осіб. Основні етапи реєстрації фізичних осіб-підприємців (ФОП).

Тема 3.5. Планування підприємницької діяльності

Бізнес-планування: сутність, функції, принципи та джерела інформації. Процес розроблення бізнес-плану: призначення, структура та етапи розроблення. Склад основних розділів бізнес-плану. Основні показники ефективності проєкту.

Тема 3.6. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності

Матеріальні ресурси як засоби та предмети праці, що використовуються у підприємницькій діяльності. Види матеріальних ресурсів. Основні засоби, їх види за функціональним призначенням. Матеріально-сировинні ресурси. Нематеріальні ресурси. Основні види нематеріальних ресурсів. Трудові ресурси: категорії персоналу, форми оплати праці та їх системи. Фінансові ресурси (власні, залучені, позикові). Інвестиції в підприємницькій діяльності. Види інвестицій.

Тема 3.7. Ефективність підприємницької діяльності

Результати підприємницької діяльності. Показники ефективності використання основних засобів. Показники ефективності використання трудових ресурсів. Рентабельність. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Тема 3.8. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика

Соціальна відповідальність бізнесу. Основні вимоги до соціальної діяльності бізнесу. Складові соціальної відповідальності (економічна, екологічна, соціальна). Ділова етика підприємця. Характерні ознаки ділової етики підприємця.

Список рекомендованих джерел

1. Гой І. В. Підприємництво [текст] : навч. посіб. / І. В. Гой, Т. П. Смелянська К. : «Центр учбової літератури», 2013. 368 с.
2. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. /З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
3. Гондарева І. В. Підприємництво: підручник. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с.

4. Національна економіка: Розділ 5. Мале підприємництво та важелі його регулювання в Україні. Підручник / Національна економіка: Підручник / За ред. П.В.Круша. К.: Каравела; 2018. 536с.

5. Підприємництво: підручник / [С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко та ін.]. Харків : УкрДУЗТ, 2018. Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. 241 с.:

6. Підприємницька діяльність : підручник / Л. М. Гаєвська, О. І. Марченко ; Держ. фіск. служба України, Ун-т держ. фіск. служби України. Ірпінь : Ун-т ДФС Україна, 2019. 499 с.

7. Педько А.Б. Основи підприємництва і бізнес-культури : навч. пос. К.: «Центр навчальної літератури», 2019. 168 с.

8. Колот А. М., Швиданенко Г. О. Створення власного бізнесу: навч. посіб. К. : КНЕУ, 2017. 311 с.

9. Кейс-метод у вивченні основ підприємництва : навч. посіб.-практикум для студентів ОКР "Бакалавр" ВНЗ III-IV рівнів акредитації / Губені Ю. Е., Костецька І. І. ; Львів. нац. аграр. ун-т. - Львів : 2017. 104 с.

Порядок проведення та оцінювання результатів комплексного вступного випробування за фахом

На фаховому вступному іспиті абітурієнт отримує тестове завдання, бланк результатів тестування та титульний аркуш зі штампом Приймальної комісії університету. Фаховий вступний іспит проводиться в письмовій формі або на основі індивідуальної усної співбесіди. Перед вступним іспитом представники приймальної комісії проводять інструктаж щодо порядку виконання вступного тестового завдання.

На бланку результатів абітурієнт вказує за номером тесту варіант правильної відповіді. Виправлення, декілька позначень і відсутність результату за варіантом відповіді зараховуються як невірний розв'язок тесту. Не допускаються будь-які умовні позначки на бланку результатів тестування та титульному аркуші.

Тестове завдання містить 50 питань з однією правильною відповіддю. Кожна правильна відповідь оцінюється у чотири бали. Максимально можлива кількість набраних балів після складання фахового іспиту – 200. Кількість балів необхідна для участі в конкурсі повинна дорівнювати або бути більшою за 100.

Тривалість тестування – 120 хвилин.

Зарукування для навчання до Поліського національного університету здійснюється за рейтинговою системою.