

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення Приймальної комісії  
Бердянського державного  
педагогічного університету  
«28» травня 2026 р.



**ПРОГРАМА**  
**фахового іспиту замість ЄФВВ для прийому на навчання для здобуття ступеня**  
**магістра**

**«УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»**  
назва ЄФВВ

Освітній ступінь:	магістр
Основа вступу:	освітній ступінь бакалавр (для окремих категорій); магістр(освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліст)

**Запоріжжя–2026**

## **ЗМІСТ**

1. Пояснювальна записка
2. Зміст програми
3. Питання фахового іспиту
4. Критерії оцінювання
5. Список рекомендованої літератури

## **1. Пояснювальна записка**

**Мета фахового іспиту замість ЄФВВ «Управління та адміністрування» для вступу на здобуття освітнього ступеня магістр** полягає у визначенні рівня підготовленості вступника до навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти шляхом комплексного оцінювання сформованості фахових компетентностей, що передбачає перевірку знань, їх розуміння, здатності до застосування у професійній діяльності, а також умінь здійснювати аналіз, синтез і оцінювання; встановленні здатності використовувати теоретичні знання й практичні вміння для розв'язання професійних завдань і визначенні готовності до успішного опанування освітньої програми магістерського рівня.

**Форма фахового іспиту замість ЄФВВ** – усний іспит.

Усний іспит – це форма вступного випробування, яка передбачає виконання вступником теоретичних завдань в усній формі. Загальна кількість завдань - 2.

**Формат проведення фахового іспиту замість ЄФВВ.**

**Фаховий іспит замість ЄФВВ «Управління та адміністрування» проводиться в очному форматі, а для окремих категорій вступників – дистанційно з використанням платформи для проведення відеоконференцій Zoom відповідно до вимог Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти у 2026 році.**

У разі проведення фахового іспиту у дистанційному форматі у встановлений розкладом час початку фахового іспиту члени фахової атестаційної комісії розпочинають відеоконференцію, долучають до неї вступників, здійснюють автентифікацію вступників та інформують їх про правила проведення вступного іспиту та часові обмеження.

Автентифікація вступника передбачає:

– встановлення аудіо та візуального контакту зі вступником на платформі відеоконференцій;

– показ документа, що посвідчує особу (паспорт громадянина України у формі книжечки або картки, паспорт громадянина України для виїзду за кордон у тому числі Е-паспорт, Е-паспорт для виїзду за кордон, Е-документ).

На початку фахового іспиту рандомно обираються 2 питання з переліку, поданому у програмі.

Вступник готує відповіді на питання і відповідає на них та на додаткові запитання членів фахової атестаційної комісії.

Члени фахової атестаційної комісії оцінюють відповіді вступників вищої освіти.

Результати фахового іспиту оголошуються не пізніше наступного дня після його проведення шляхом розміщення відповідних відомостей на офіційному вебсайті Бердянського державного педагогічного університету [bdpu.org.ua](http://bdpu.org.ua) у вкладці ВСТУПНИКУ.

У разі повітряної тривоги під час складання фахового іспиту замість ЄФВВ «Управління та адміністрування», іспит призупиняється, учасники мають пройти до укриття. Після відбою повітряної тривоги, учасники продовжують

складання фахового іспиту.

## 2. Зміст програми

В якості програми фахового іспиту замість ЄФВВ «Управління та адміністрування» для прийому на навчання для здобуття ступеня магістра у Бердянському державному педагогічному університеті використовується програма відповідного зовнішнього оцінювання з управління та адміністрування.

Програма ЄФВВ з «Управління та адміністрування» (<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/vstup-2022/Prohramy-YEFVV/Zatverdzeni.prohramy.YEFVV/11.02/Pro.zatv.Prohr.predm.testu.upravl.administruv-nakaz-157-11.02.2022.pdf>)

## 3. Питання фахового іспиту

1. Сутність менеджменту та його роль у діяльності організації.
2. Менеджмент як система управління організацією.
3. Основні функції менеджменту.
4. Етапи розвитку управлінської думки.
5. Класичні школи менеджменту.
6. Сучасні концепції менеджменту.
7. Організація як об'єкт управління.
8. Внутрішнє середовище організації.
9. Зовнішнє середовище організації.
10. Планування як функція менеджменту.
11. Види планування в організації.
12. Стратегічне планування та його значення.
13. Тактичне та оперативне планування.
14. Організування як функція менеджменту.
15. Організаційні структури управління підприємством.
16. Делегування повноважень та відповідальності.
17. Координація діяльності організації.
18. Мотивування як функція менеджменту.
19. Змістові теорії мотивації.
20. Процесійні теорії мотивації.
21. Контролювання як функція менеджменту.
22. Види управлінського контролю.
23. Інформація та комунікації в менеджменті.
24. Комунікаційний процес в організації.
25. Управлінські рішення: сутність та класифікація.
26. Етапи прийняття управлінських рішень.
27. Методи обґрунтування управлінських рішень.
28. Влада та вплив у менеджменті.
29. Лідерство та стилі керівництва.
30. Сучасні підходи до лідерства в менеджменті.
31. Теоретичні основи маркетингу.

32. Сутність, принципи та функції маркетингу.
33. Основні концепції маркетингу.
34. Маркетингове середовище підприємства.
35. Макросередовище маркетингу.
36. Мікросередовище маркетингу.
37. Маркетингові дослідження та їх значення.
38. Поведінка споживачів на ринку.
39. Сегментування ринку.
40. Вибір цільового ринку.
41. Позичування товару на ринку.
42. Маркетингова товарна політика.
43. Життєвий цикл товару.
44. Формування товарного асортименту підприємства.
45. Якість та конкурентоспроможність товару.
46. Бренд та брендинг у маркетинговій діяльності.
47. Маркетингова цінова політика.
48. Методи ціноутворення.
49. Стратегії ціноутворення підприємства.
50. Маркетингова політика розподілу.
51. Канали розподілу продукції.
52. Логістика у системі маркетингу.
53. Маркетингова політика комунікацій.
54. Реклама як інструмент маркетингових комунікацій.
55. Стимулювання збуту продукції.
56. Public Relations у маркетинговій діяльності.
57. Персональний продаж та його особливості.
58. Інтернет-маркетинг та цифрові комунікації.
59. Комплекс маркетингу «4Р».
60. Сучасні тенденції розвитку маркетингу.
61. Теоретичні засади підприємництва.
62. Сутність, принципи та функції підприємництва.
63. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності.
64. Види підприємництва та їх характеристика.
65. Виробниче підприємництво.
66. Комерційне підприємництво.
67. Фінансове підприємництво.
68. Інноваційне підприємництво.
69. Підприємство як форма організації підприємницької діяльності.
70. Організаційно-правові форми підприємств.
71. Малі, середні та великі підприємства.
72. Державна реєстрація підприємницької діяльності.
73. Організація підприємницької діяльності.
74. Бізнес-ідея та етапи створення бізнесу.

75. Бізнес-план підприємства та його структура.
76. Планування підприємницької діяльності.
77. Стратегічне планування підприємницької діяльності.
78. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності.
79. Матеріальні ресурси підприємства.
80. Трудові ресурси підприємства.
81. Фінансові ресурси підприємства.
82. Інформаційні ресурси підприємства.
83. Витрати підприємницької діяльності.
84. Доходи та прибуток підприємства.
85. Ефективність підприємницької діяльності.
86. Показники рентабельності підприємства.
87. Конкурентоспроможність підприємства.
88. Соціальна відповідальність бізнесу.
89. Ділова етика у підприємницькій діяльності.
90. Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні.

#### 4. Критерії оцінювання

Фаховий іспит для вступу на здобуття освітнього ступеня магістра оцінюється за 200-бальною шкалою відповідно до рівня сформованості фахових компетентностей і досягнення когнітивних рівнів (знання, розуміння, застосування, аналіз, синтез, оцінка):

**190-200 балів** – вступник демонструє системні, глибокі та узагальнені знання, повне розуміння навчального матеріалу, вільно застосовує його у стандартних і нестандартних професійних ситуаціях; здатний до самостійного аналізу, синтезу та оцінювання інформації, аргументовано обґрунтовує власну позицію, приймає ефективні рішення. Відповідає найвищому рівню сформованості компетентностей (знання, розуміння, застосування, аналіз, синтез, оцінка).

**180-189 балів** – вступник демонструє міцні знання та глибоке розуміння матеріалу, впевнено застосовує їх на практиці, здатний до аналізу інформації та розв'язання професійних завдань, допускаючи незначні неточності. Відповідає високому рівню (знання, розуміння, застосування, аналіз).

**160-179 балів** – вступник володіє достатнім рівнем знань і розуміння, у цілому правильно застосовує їх у стандартних ситуаціях, здатний до часткового аналізу та узагальнення інформації, допускає окремі суттєві помилки. Відповідає рівню (знання, розуміння, застосування).

**140-159 балів** – вступник відтворює основний теоретичний матеріал, розуміє ключові положення, але має труднощі із самостійним застосуванням знань і аналізом інформації, допускає помилки. Відповідає рівню (знання, розуміння).

**120-139 балів** – вступник володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні, відтворює окремі положення без глибокого розуміння та не здатний повною мірою застосовувати знання на практиці. Відповідає мінімально достатньому рівню (знання).

**100-119 балів** – вступник має фрагментарні знання, частково відтворює матеріал, недостатньо розуміє його зміст та не може застосувати на практиці.

**0-99 балів** – вступник демонструє слабе володіння знаннями, володіє матеріалом лише на поверхневому рівні, не оперує основними поняттями та не здатний до їх відтворення.

До участі у конкурсному відборі не допускаються вступники, які отримали менше 100 балів, що свідчить про недостатній рівень сформованості базових знань і невідповідність мінімальним вимогам до вступу на другий (магістерський) рівень вищої освіти.

## **5. Список рекомендованої літератури**

1. Аракелова І. Маркетинг послуг : електрон. навч. посіб. Київ : МДУ, 2024. 169 с.
2. Барабанова В. В. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
3. Бірюченко С. Ю., Бужимська К. О., Бурчак І. В. та ін. Менеджмент : підручник / за заг. ред. Т. П. Остапчук. Житомир : Житомирська політехніка ; Рута, 2021. 856 с.
4. Букало Н. А. Маркетингові дослідження : курс лекцій. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2023. 108 с.
5. Вавдіюк Н. С., Мельничук М. Д. Менеджмент Індустрії 4.0 : навч. посіб. Луцьк : ЛНТУ, 2023. 182 с.
6. Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шканова О. М. Менеджмент в організації : навч. посіб. Київ : Кондор, 2020. 598 с.
7. Волкова М. В., Троян В. І. Менеджмент і адміністрування (Операційний менеджмент) : конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 142 с.
8. Воронкова В. Г., Ажажа М. А., Нікітенко В. О. Концепції та моделі сучасного менеджменту : наук.-метод. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 202 с.
9. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво. Навч. посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 368 с.
10. Дергчова В. В., Кузнєцова К. О., Григорова З. В. Теорія і концепції менеджменту : навч.-метод. комплекс з дисципліни. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 67 с.
11. Зозульов О. В., Царьова Т. О., Гавриш Ю. О. Маркетинг: навчально методичний комплекс : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 298 с.
12. Іванов М. М., Череп О. Г., Малгиз В. В. Маркетинг : конспект лекцій. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 127 с.
13. Іванова Н. С., Приймак Н. С., Карабаза І. А., Шаповалова І. В. Сучасний менеджмент у схемах і таблицях : навч. посіб. Ч. 1. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2021. 135 с.
14. Клопов І. О., Мержинський Є. К., Шапуров О. О. Публічні закупівлі та

електронна торгівля : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 205 с.

15. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ : Науковий світ – Київ, 2023. 880 с.

16. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко та ін. ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

17. Менеджмент : графічна і таблична візуалізація : навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, І. С. Процик, С. Б. Романишин, Р. З. Дарміць. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. 208 с.

18. Менеджмент : навч. посіб. / А. М. Балашов, Г. Є. Мошек, А. С. Соломко та ін.; під заг. ред. А.М. Балашова, Г.Є. Мошека. Київ : Ліра-К, 2022, 646 с.

19. Менеджмент : навч. посіб. / Н. С. Краснокутська, О. М. Нащекіна, О. В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.

20. 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.

21. Менеджмент: навч. посіб. / Мошек Г. Є. та ін.; за заг. ред. Г. Є. Мошека. Київ: Ліра-К, 2015. 550 с.

22. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. Київ : НАУ, 2022. 204 с.

23. Основи підприємництва: підручник. / За заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир: ЖДТУ, 2019. 492с.

24. Осовська Г.В., Осовський О.А. Менеджмент: підручник. 4-е вид., перер. і доп. Київ: Кондор-Видавництво, 2015. 563 с.

25. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, «Волиньполіграф», 2022. 408 с.

26. Палига Є. М., Гірняк О. М., Лазановський П. П. Маркетинг : підручник. Львів : Українська академія друкарства, 2020. 352 с.

27. Педько А. Основи підприємництва і бізнес-культура. Київ: Центр навчальної літератури. 2019. 168 с.

28. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навч. посіб. 4-те вид., перероб. і допов. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024. 360 с. (Серія «Бізнес. Економіка. Фінанси»).

29. Петруня Ю. Є., Говоруха В. Б., Літовченко Б. В. Прийняття управлінських рішень. Навчальний посібник. / За заг. ред. Ю. Є. Петруні. 2-ге видання. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 216 с.

30. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. О. В. Димченко; [О. В. Димченко, О. Д. Панова, В. В. Коненко та ін.]; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 432 с.

31. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник. / За заг. ред. І. М. Сотник, Л. М. Таранюка. Суми: Університетська книга, 2018. 572 с.

32. Рульєв В. А., Гуткевич С.О. Менеджмент: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 312 с.

33. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2020. 347 с.

34. 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.