

Програма фахового іспиту з управління та адміністрування для вступників на навчання за денною та заочною формою здобуття освіти для здобуття освітнього ступеня магістр за спеціальностями D3 Менеджмент, D4 Публічне управління та адміністрування, D5 Маркетинг, D7 Торгівля галузі знань D Бізнес, адміністрування та право на основі раніше здобутих рівня вищої освіти бакалавра (НРК 6), магістра, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста (НРК 7) (особам, яким надано таке право згідно Правил прийому до Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна у 2026 році).

Погоджено на засіданні Вченої ради економічного факультету (протокол № 6 від 20 березня 2026 року)

Голова Вченої ради економічного факультету

Віталій ДЯЧЕК

Погоджено на засіданні Вченої ради Навчально-наукового інституту «Каразінська школа бізнесу» (протокол № 3 від 24 березня 2026 року)

Голова Вченої ради ННІ «КШБ»

Володимир РОДЧЕНКО

Погоджено на засіданні Вченої ради Навчально-наукового інституту «Інститут державного управління» (протокол № 4 від 12 березня 2026 року)

Голова Вченої ради ННІ «ІДУ»

Людмила БЄЛОВА

Погоджено на засіданні Вченої ради Навчально-наукового інституту «Каразінський банківський інститут» (протокол № 8 від 26 березня 2026 року)

Голова Вченої ради ННІ «КБІ»

Анна ЧХЕАЙЛО

Погоджено на засіданні Вченої ради Навчально-наукового інституту «Українська інженерно-педагогічна академія» (протокол № 3 від 24 березня 2026 року)

Голова Вченої ради ННІ «УПА»

Денис КОВАЛЕНКО

ВСТУП

Програма фахового вступного іспиту з управління та адміністрування за спеціальностями D3 Менеджмент, D4 Публічне управління та адміністрування, D5 Маркетинг, D7 Торгівля галузі знань D Бізнес, адміністрування та право є основним навчально-методичним документом, що визначає зміст і перелік питань фахового іспиту та спрямована на забезпечення об'єктивної оцінки рівня теоретичної підготовки вступників для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти в Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна.

Програма також встановлює перелік питань, структуру та критерії оцінювання знань вступників під час вступу за зазначеними спеціальностями галузі знань D Бізнес, адміністрування та право.

Мета фахового іспиту полягає у виявленні рівня теоретичних знань, практичних умінь і навичок, необхідних для опанування здобувачами вищої освіти у подальшому процесі навчання обов'язкових і варіативних дисциплін за освітніми програмами спеціальностей D3 Менеджмент, D4 Публічне управління та адміністрування, D5 Маркетинг, D7 Торгівля другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Програма фахового іспиту з управління та адміністрування має комбіновану форму і включає зміст навчальних дисциплін:

1. Менеджмент.
2. Маркетинг.
3. Підприємництво.

Фаховий іспит проходить у письмовій формі у вигляді тестових завдань. Тривалість іспиту становить 3 астрономічні години.

ХАРАКТЕРИСТИКА ЗМІСТУ ПРОГРАМИ, ДИСЦИПЛІНИ, ЇХ ТЕМИ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВИЙ ІСПИТ

МЕНЕДЖМЕНТ

1. Сутність і функціональні сфери менеджменту.
2. Організація та її середовище в менеджменті.
3. Рівні менеджменту в організації.
4. Методи менеджменту: адміністративні, економічні, соціально-психологічні.
5. Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті.
6. Функції менеджменту: планування, організування, мотивування, контролювання.
7. Визначення планування та його завдання.
8. Система планів організації, етапи процесу планування.
9. Визначення і стратегічне призначення стратегічного планування. Етапи стратегічного планування. Управління реалізацією стратегічного плану.
10. Організування та організаційна діяльність.
11. Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи процесу делегування, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні).
12. Організаційна структура як результат організаційної діяльності: рівні складності, централізація та децентралізація.
13. Основні елементи та склад організаційної структури управління.
14. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична, мережева.
15. Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання, стимул, винагорода, цінність.
16. Види мотивування.
17. Змістові та процесуальні теорії мотивування.
18. Основні види контролювання. Етапи процесу контролювання.
19. Інформація і комунікація в менеджменті.
20. Інформація та її види. Вимоги до управлінської інформації.
21. Поняття комунікації, її види та засоби. Перешкоди в комунікаціях. Комунікаційний процес.
22. Управлінські рішення в менеджменті. Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень.
23. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень (за М.Месконом).
24. Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень.
25. Вплив, влада та лідерство в менеджменті. Стилi керівництва.
26. Форми впливу у менеджменті.
27. Типи влади у менеджменті.
28. Підходи до лідерства. Класифікація стилів керівництва.

МАРКЕТИНГ

1. Основні поняття та класифікація маркетингу.
2. Концепції маркетингу.
3. Цілі системи маркетингу.
4. Поведінка споживача.
5. Поняття маркетингового середовища.
6. Мікромаркетингове середовище.
7. Макромаркетингове середовище.
8. Сегментування ринку.
9. Ринкові можливості. Модель Ансоффа.
10. Система маркетингової інформації.
11. Маркетингові дослідження.
12. Комплекс маркетингу та система організації служби маркетингу.
13. Класифікація товарів.
14. Концепції життєвого циклу товарів.
15. Розроблення товару.
16. Класифікація товарів.
17. Товарна марка.
18. Упакування товару.
19. Процес ціноутворення.
20. Фактори ціноутворення.
21. Методи ціноутворення.
22. Підходи до ціноутворення.
23. Визначення каналів розподілу.
24. Функції каналів розподілу.
25. Рівні та показники каналів розподілу.
26. Визначення стратегії розподілу.
27. Комплекс маркетингових комунікацій.
28. Чинники впливу на структуру комплексу стимулювання.

ПІДПРИЄМНИЦТВО

1. Сутність підприємництва.
2. Основні принципи та функції підприємницької діяльності.
3. Виробниче підприємництво. Види виробничого підприємництва за спрямуванням та характером.
4. Торговельне (комерційне) підприємництво. Види торговельного (комерційного) підприємництва залежно від ринку та ланок проходження товару.
5. Біржове підприємництво. Види бірж за профілем діяльності. Основні функції товарних бірж.
6. Підприємництво у сфері послуг. Основні види послуг за призначенням (виробничі, розподільчі, професійні, споживчі, суспільні).
7. Види підприємств за метою й характером діяльності (комерційні та некомерційні).

8. Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу (унітарні, корпоративні) та їх базові ознаки.

9. Види підприємств за формами власності майна (приватні, колективні, комунальні, державні, змішані).

10. Види підприємств за національною належністю капіталу (національні, закордонні, змішані (спільні)).

11. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування (головні (материнські), дочірні, асоційовані, філії).

12. Види підприємств за розмірами (великі, середні, малі, мікро) та їх базові ознаки.

13. Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Підприємницька ідея. Вибір сфери діяльності. Вибір форми організації підприємництва.

14. Способи створення бізнесу.

15. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності. Основні етапи реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.

16. Бізнес-планування.

17. Розроблення бізнес-плану. Призначення, розділи, етапи розроблення бізнес-плану.

18. Зміст основних розділів бізнес-плану. Резюме, аналіз галузі та підприємства, характеристика продукції (послуг), аналіз ринку, план маркетингу, план виробництва, організаційний план, фінансовий план, аналіз ризиків.

19. Основні показники ефективності проекту.

20. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності. Матеріальні ресурси (основні засоби, матеріально-сировинні ресурси).

21. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності. Нематеріальні ресурси (об'єкти промислової власності, об'єкти авторського та суміжних прав, нетрадиційні об'єкти нематеріальних ресурсів).

22. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності. Трудові ресурси (категорії персоналу, форми та системи оплати праці).

23. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності. Фінансові ресурси (власні, залучені, позикові).

24. Інвестиції в підприємницькій діяльності. Реальні та фінансові інвестиції (види). Прямі та непрямі інвестиції. Державні та приватні інвестиції.

25. Результати підприємницької діяльності (дохід від реалізації продукції (товарів, послуг), витрати, прибуток, собівартість продукції).

26. Показники ефективності використання основних засобів (віддача та місткість).

27. Показники ефективності використання трудових ресурсів (продуктивність праці, виробіток, трудомісткість).

28. Рентабельність (сутність, розрахунок рентабельності капіталу, виробництва, продукції, продажів).

29. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності.

30. Соціальна відповідальність бізнесу (вимоги).
31. Складові соціальної відповідальності бізнесу (економічна, екологічна, соціальна).
32. Ділова етика підприємця (характерні ознаки).

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. – Київ: Yakaboo Publishing, 2023. - 200 с
2. Бізнес-комунікації. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форм навчання спеціальностей 073 «Менеджмент», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» другого (магістерського) рівня вищої освіти / Прус Ю. І. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 149 с. URI: <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/17588>
3. Войтко С.В., Мельниченко А.А. Лідерство та антикризовий менеджмент: Підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, вид-во «Політехніка», 2021. 194 с.
4. Гонтарева І. В. Підприємництво : підручник / І. В. Гонтарева. Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с. URI: <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/16637>
5. Господарський кодекс України Документ від 12.01.2022, 1962-IX URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
6. Економіка підприємства в умовах цифрової трансформації та воєнних викликів : навч. посіб. / за ред. П. В. Шемори. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. 312 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/31205>
7. Економічний потенціал підприємства: оцінювання та капіталізація : підручник / за ред. Л. С. Селівьорстової. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2025. 288 с. URL: <https://condor-publish.com.ua/potentsial-pidpriyemstva-2025/>.
8. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. / за ред. В. М. Колода. Київ : КНЕУ, 2025. 245 с. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/42001>
9. Коваленко О.В. Кутліна І.Ю., Олійник Г.Ю. Рекламна діяльність як складова маркетингових комунікацій: навчальний посібник, К.: Університет «Україна», 2021. – 126 с.
10. Кундицький О. О. Менеджмент : навч. посіб. Львів : Видавництво ПП «Магнолія 2006», 2024. 316 с.
11. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
12. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу : навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» / Зозульов О.В., Царьова Т.О.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 100 с.
13. Маркетингова товарна політика : конспект лекцій для здобувачів

вищої освіти першого (бакалаврського) рівня денної форми здобуття освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» [Електронний ресурс] / уклад. О. І. Кононов. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. 66 с. (PDF). URI: <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/23929>

14. Маркетингова цінова політика : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю D5 «Маркетинг» [Електронний ресурс] / укладачі М. М. Кудінова, О. В. Болотна, О. С. Шуміло, О. О. Кім, О. В. Заїка. Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2025. 106 с. (PDF). URI: <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/21237>

15. Менеджмент : навч. посіб. / І. І. Кравчук, Л. В. Тарасович, С. О. Лавриненко та ін.: за ред. І. І. Кравчук, Л. В. Тарасович. Житомир : Поліський національний університет, 2024. 384 с.

16. Менеджмент : навчальний посібник / С. І. Страпчук, О. П. Миколенко, І. А. Попова, В. В. Пустова. Вид. 2-ге переробл. і допов. Львів : «Новий Світ-2000», 2025. – 356 с.

17. Менеджмент : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальностями D3 «Менеджмент», D5 «Маркетинг», D7 «Торгівля» [Електронний ресурс] / укладачі М. М. Кудінова, Г. Б. Тимохова. Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2025. 154 с. (PDF). URI: <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/21236>

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

19. Менеджмент у VUCA-світі : пошук рівноваги : монографія / кол. авт.; за заг. ред. Г. О. Дорошенко. – Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2023. 348 с. URI: <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/18156>

20. Назарчук Т. В. Менеджмент організацій [Текст]: Навчальний посібник. / Т. В. Назарчук, О. М. Косіюк – Київ: «Центр учбової літератури», 2021. – 560 с.

21.Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 246 с.

22. Основи підприємницької діяльності : конспект лекцій [Електронний ресурс] / уклад. А. О. Крамаренко. Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2023. 52 с. (PDF). URI: <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/18048>

23. Потенціал і розвиток підприємства : підручник / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк та ін. ; за заг. ред. О. С. Федоніна. 3-тє вид., переробл. і доповн. Київ : КНЕУ, 2023. 432 с. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/41205>.

24. Потенціал і розвиток підприємства: стратегічний аспект : навч. посіб.

/ О. В. Кузьмін, Н. О. Шпак, О. Г. Мельник та ін. ; за ред. О. В. Кузьміна. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024. 312 с. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/71042>.

25. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг : навч. посіб. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

26. Сіренко Н.М., Лункіна Т.І., Бурковська А.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Миколаїв : МНАУ, 2021. 216 с.

27. Страпчук С. І. Менеджмент : Навчальний посібник / С.І. Страпчук, О.П. Миколенко, І.А. Попова, В.В. Пустова. Вид. 2-ге, перероб. та доп. Львів: Видавництво «Новий Світ-2000», 2022. 356 с. – Приміт.: навчальний посібник виставлений неповністю, автор подає С. 1–16, С. 26–32. URI: <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/17731>

28. Стратегії інноваційного розвитку національної економіки в умовах глобалізації : колективна монографія / О. В. Болотна, Г. В. Євтушенко, М. М. Кудінова, Н. В. Кузьминчук, Т. М. Куценко, В. І. Ляшевська, Г. В. Мозгова, А. Д. Мозгова, О. В. Носова, Т. Ю. Носова, М. С. Рахман, Б. В. Сорін, О. Ю. Терованесова, Є. В. Фоміна, Т. П. Шуба ; За заг. ред. В. А. Євтушенко. Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2021. 310 с. URI: <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/16672>

29. Стратегічне управління бізнесом : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня денної та заочної форм здобуття освіти за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля» [Електронний ресурс] / уклад. Ю. Е. Дуднева. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. 69 с. (PDF). URI: <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/21235>

30. Стратегічне управління витратами підприємства : навч. посіб. / за заг. ред. О. В. Ареф'євої. Київ : Вид-во НАУ, 2024. 240 с. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/123456789/22450>.

31. Стратегічне управління розвитком суб'єктів господарювання : підручник / О. В. Ареф'єва та ін. Київ : НАУ-друк, 2024. 360 с. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/123456789/23501>.

32. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник / [Колектив авторів; Під заг. ред. д.е.н., проф. Чобіток В.І.]. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. – 251 с.

33. Сучасний менеджмент у схемах і таблицях. Частина 2: навч. посібник. / Н.С. Іванова, Н.С. Приймак, О.В. Неізнана, І.В. Шаповалова, Ю.Б. Лижник; ред. Н.С. Іванова. – Кривий Ріг : Вид.ДонНУЕТ, 2022. – 190 с. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/2503/>

34. Управління потенціалом підприємства в умовах цифрової трансформації : навч. посіб. / за ред. Н. С. Краснокутської. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. 340 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/32100>

35. Череп А. Маркетинг: навч. посібн. Київ: Кондор, 2021. 728 с.

36. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І.

О. Менеджмент : підручник. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 258 с

37. Яркіна Н.М. Економіка підприємства: навч. посіб. 2-ге вид. перероб. та допов. Київ: Ліра-К, 2020. 596 с.

38. Publishers V., Daum C. Principles of Management Essentials You Always Wanted To Know (Second Edition) (Self-Learning Management Series), 2020. 208 p.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ фахового іспиту замість ЄФВВ з управління та адміністрування для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

Вступне випробування проводиться у формі комп'ютерного тестування. Тестова перевірка знань охоплює систему базових тестових завдань закритої форми із запропонованими відповідями. Серед відповідей на тестове завдання вступнику слід обрати одну правильну. Для кожного вступника передбачається 140 тестових завдань, неправильна відповідь на тестове завдання оцінюється у 0 балів.

Після завершення іспиту автоматично проводиться перевірка відповідей, а оцінка виставляється відповідно до встановлених критеріїв правильності або неправильності обраного варіанту з запропонованих.

Тривалість фахового іспиту – 3 астрономічні години (180 хвилин).

Для того щоб ваш результат фахового іспиту був зарахований, необхідно набрати мінімум **35 тестових балів** (зі 140 можливих). Ці 35 балів прирівнюються до **100 балів** за рейтинговою шкалою 100–200.

Тестовий бал	Бал (100–200)	Тестовий бал	Бал (100–200)
35	100	80	154
36	101	85	160
40	105	90	166
45	110	95	172
50	116.5	100	177
55	124	110	185
60	131.5	115	187.5
65	139	120	190
70	146.5	130	195
75	150	140	200

Підведення підсумку іспиту здійснюється шляхом занесення результатів

у екзаменаційну відомість. Ознайомлення студента з результатами іспиту проводиться згідно з правилами прийому в університеті.

У випадку використання заборонених джерел вступником на вимогу викладача він(вона) залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку.

За підсумками фахового іспиту вступник може набрати від 0 до 200 балів включно. Результат іспиту оцінюється за шкалою від 100 до 200 балів. Вступники, які набрали за шкалою 100-200 менше ніж 100 балів, отримують незадовільну оцінку та не допускаються до участі у конкурсному відборі.

Голова фахової
атестаційної комісії ННІ "ІДУ"

Микола ЛАТИНІН

Людмила НАБОКА

Ігор ДУНАЄВ

Лариса ВЕЛИЧКО

Володимир БУЛЬБА

Голова фахової
атестаційної комісії економічного факультету

Марина КУДІНОВА

Голова фахової
атестаційної комісії ННІ "УПА"

Вікторія ЧОБИТОК

Голова фахової
атестаційної комісії ННІ "КБІ"

Алла ГРІНЬКО

Голова фахової
атестаційної комісії ННІ "КШБ"

Марина ЄРЬОМІНА

Затверджено на засіданні приймальної комісії Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна,
протокол № 5 від «05» травня 2026 року

Відповідальний секретар Приймальної комісії

Ганна ЗУБЕНКО