

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова Приймальної комісії
Начальник Національної академії
Національної гвардії України
полковник



Андрій МАНЬКО

2026 року

ПРОГРАМА

фахового вступного іспиту для вступу на спеціальність D3 «Менеджмент»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» для кандидатів на
навчання в Національній академії Національної гвардії України на другому
(магістерському) рівні вищої освіти на основі ступеня «бакалавр», «магістр»
та освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст»

Харків-2026

ПРОГРАМА

фахового вступного іспиту для вступу на спеціальність ДЗ «Менеджмент» за освітньо-професійною програмою «Управління фінансово-економічною безпекою» галузі знань Д «Бізнес, адміністрування та право» для кандидатів на навчання в Національній академії Національної гвардії України на другому (магістерському) рівні вищої освіти на основі ступеня «бакалавр», «магістр» та освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст»

1. ЦІЛЬОВА НАСТАНОВА

Програма вступного іспиту до магістратури Національної академії Національної гвардії України орієнтована на підготовку фахового випробування на здобуття ступеня вищої освіти «магістр» із спеціальності ДЗ «Менеджмент» галузі знань Д «Бізнес, адміністрування та право».

Мета фахового вступного випробування: з'ясування рівня теоретичних знань і практичних навичок осіб, які виявили бажання навчатися за програмою магістра із спеціальності ДЗ «Менеджмент».

Вступник має виявити базові знання з теорії та практики дисциплін, що виносяться на вступне випробування: менеджмент, маркетинг, підприємництво. Має знати сутність процесів організації виробничо-господарської діяльності на підприємствах різних форм власності, методи їх дослідження; уміти здійснювати вибір відповідних розрахункових методик, застосовуючи при цьому методичний апарат та інструментарій зазначених дисциплін. Повинен продемонструвати навички творчого, критичного погляду на поставлені практичні завдання та розробки обґрунтованих пропозицій щодо їх розв'язання. Кожен із розділів поділено на теми. Виклад основних положень тем деталізовано, що полегшує абітурієнту пошук літературних джерел і орієнтирів для підготовки до тестової перевірки під час вступних випробувань. Програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра.

2. ФОРМА ПРОВЕДЕННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Фахове вступне випробування проводиться у формі тестів, що розроблені і затверджені кафедрою менеджменту та фінансів.

Тестове завдання налічує 140 тестів. Час на виконання завдання 180 хв.

Фахове випробування покликане вирішити такі завдання:

1. Комплексна перевірка здатності до опанування освітньо-професійної програми «Управління фінансово-економічною безпекою» спеціальності ДЗ «Менеджмент» другого (магістерського) рівня вищої освіти на основі здобутих раніше компетентностей;

2. Оцінити знання з базових знань з теорії та практики навчальних дисциплін, що виносяться на фаховий іспит: менеджмент, маркетинг, підприємництво.

Формулювання питань Програми відповідають підручникам і навчальним посібникам, що рекомендовані для підготовки слухачів Академії.

Для проведення іспиту призначається комісія. Іспит проводиться по тестах у письмовій формі.

3. ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Питання фахового вступного випробування сформовані на основі Наказу Міністерства освіти і науки України від 11.02.2022 № 157 «Про затвердження Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування». Програма комплексного вступного іспиту містить питання за напрямками: МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО:

3.1. МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 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.

Тема 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.

Тема 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, дивізійна, матрична, мережева.

Тема 4. Мотивування як функція менеджменту. Мотивування як процес спонування себе й інших до діяльності. Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонування, стимул, винагорода, цінність. Види мотивування. Змістові та процесуальні теорії мотивування.

Тема 5. Контролювання як функція менеджменту. Контролювання як процес виявлення можливих відхилень. Основні види контролювання. Етапи процесу контролювання.

Тема 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.

Тема 7. Управлінські рішення. Управлінські рішення в менеджменті. 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 обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

Тема 8. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилi керівництва. Вплив. Форми впливу у менеджменті. Влада. Типи влади у менеджменті. Лідерство.

Підходи до лідерства. Стил ь керівництва. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний.

3.2. МАРКЕТИНГ

Тема 1. Теоретичні основи маркетингу. Основні поняття та класифікація маркетингу. Підходи комерційних організацій до управління маркетингом. Поведінка споживача.

Тема 2. Аналіз маркетингового середовища. Поняття маркетингового середовища. Система маркетингової інформації. Комплекс маркетингу та система організації служби маркетингу.

Тема 3. Маркетингова товарна політика. Класифікація товарів. Концепція життєвого циклу товару. Розроблення товару.

Тема 4. Маркетингова цінова політика. Процес ціноутворення. Підходи до ціноутворення.

Тема 5. Маркетингова політика розподілу. Визначення каналів розподілу. Функції каналів розподілу. Рівні каналів розподілу. Показники каналів розподілу. Визначення стратегії розподілу: інтенсивний маркетинг, вибіркове проникнення, широке проникнення, пасивний маркетинг.

Тема 6. Маркетингова політика комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій. Характеристика моделі AIDA (модель ефективного звернення до цільової аудиторії). Чинники, що визначають структуру комплексу стимулювання.

3.3. ПІДПРИЄМНИЦТВО

Тема 1. Теоретичні засади підприємництва. Сутність підприємництва. Основні принципи та функції підприємницької діяльності.

Тема 2. Види підприємництва. Виробниче підприємництво. Торговельне (комерційне) підприємництво. Біржове підприємництво. Підприємництво у сфері послуг.

Тема 3. Підприємство як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств. Види підприємств за метою й характером діяльності. Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу: унітарні та корпоративні підприємства. Види підприємств за формами власності майна: приватні та державні. Види підприємств за національною належністю капіталу: національні, закордонні, змішані. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування: головні (материнські), дочірні, асоційовані, філії підприємства. Види підприємств за розмірами: великі, середні, малі, мікропідприємства.

Тема 4. Організація підприємницької діяльності. Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Способи створення бізнесу. Реєстрація

суб'єктів підприємницької діяльності. Основні етапи реєстрації фізичних осіб підприємців (ФОП).

Тема 5. Планування підприємницької діяльності. Бізнес-планування. Розроблення бізнес-плану. Призначення бізнес-плану. Розділи бізнес-плану. Етапи розроблення бізнес-плану. Склад основних розділів бізнес-плану: резюме, аналіз галузі та підприємства, характеристика продукції (послуг), аналіз ринку, план маркетингу, план виробництва, організаційний план, фінансовий план, аналіз ризиків. Основні показники ефективності проекту. Точка беззбитковості (ВЕР).

6. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності. Матеріальні ресурси. Нематеріальні ресурси. Трудові ресурси. Фінансові ресурси. Інвестиції в підприємницькій діяльності.

Тема 7. Ефективність підприємницької діяльності. Результати підприємницької діяльності. Показники ефективності використання основних засобів. Показники ефективності використання трудових ресурсів.

Рентабельність. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Тема 8. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика. Соціальна відповідальність бізнесу як добровільна ініціатива підприємства (підприємця). Основні вимоги до соціальної відповідальності бізнесу. Складові соціальної відповідальності: економічна, екологічна, соціальна. Ділова етика підприємця. Характерні ознаки ділової етики підприємця.

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЗНАНЬ ТА УМІНЬ КАНДИДАТІВ ДО ВСТУПУ

Оцінка за вступний фаховий іспит визначається у балах, максимальна кількість балів – 200. За 35 правильних відповідей зараховується 100 балів та за кожен наступну правильну відповідь зараховується бали, вказані в таблиці переведення тестових балів Правил прийому.

У випадку, коли, за результатами відповідей на тестові завдання, кандидат на вступ набирає менше 100 балів (менше ніж 35 правильних відповідей), такий кандидат не допускається до подальших вступних іспитів та не зараховується на навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.

5. ІНФОРМАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с.

2. Гонтарєва І.В. Підприємництво : підручник / І. В. Гонтарєва. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с.


3. Котлер Ф. Основи маркетингу. Класичне видання. Київ. Науковий світ, 2023. 622 с.

4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: Науковий світ, 2020. 880 с.
5. Краус К.М., Краус Н.М., Радзіховська Ю.М. Менеджмент і маркетинг: посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2022. 241 с.
6. Ларіна Я. С., Бабічева О. І., Романова Л. В., Антофій Н. М. Стратегічний маркетинг : навчальний посібник. Херсон: Олді-Плюс, 2019. 364 с.
7. Маркетинг: навч. посібник. за заг.ред. Н.Л. Савицької, 2-ге видання, доповнене Х.: вид-во Монограф, 2019. 290 с.
8. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, О. А. Виноградов та ін.: Ред.-упор. О. І. Сидоренко, П. С Редько. - К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. - 422 с. URL: <http://librarium.freehostia.com/econ/marketing/11/marketing-rudelius.html>
9. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. К.: НАУ, 2022. 204 с.
10. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін.. – Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. - 300 с.
11. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / Н.О. Мартинович, В.Г. Горник, Е.Б. Бойченко. Київ: «Видавництво Людмила», 2021. 323 с.
12. Менеджмент : навчальний посібник / [Храпкіна В. В., ... Гуменна О. В., Романченко Н. В. та ін.] ; за заг. ред. К. В. Пічик, В. В. Храпкіної ; Національний університет "Києво-Могилянська академія". Київ : Києво-Могилянська академія, 2021. 459 с.
13. 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.
14. Менеджмент і адміністрування : підручник для магістрів / Колектив авторів: д.е.н., проф. З.І. Галушка, д.е.н., доц.А.А. Антохов, к.е.н., доц. В.М.Запухляк; к.е.н., доц. Б.Д. Сторощук, к.е.н., доц. Ю.О. Терлецька, к.е.н., доц. Т.Р. Заволічна, к.е.н., ас. І.Я. Кузьмук Чернівці, 2021. 437 с.
15. Основи підприємництва: підручник / Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 492 с.
16. Осовська Г.В., Осовський О.А. Навчальний посібник. - К.: «Кондор», 2008. - 664 с. URL: http://megalib.com.ua/book/29_Osnovi_menedjmenty.html
17. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадак Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
18. Підприємництво : підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко та ін. Харків : УкрДУЗТ, 2018. 241 с.
19. Савицька Н. Л., Мелушова І. Ю., Красноусов А. В., Олініченко К. С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 214 с.
20. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

21. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / Шершньова З. Є. ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т. — 2-ге вид., перероб. і доп. — Київ : КНЕУ, 2004. — 699 с. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/18893>

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

Голова фахової атестаційної комісії
професор
14.05.2026



Ірина ФЕДОРЕНКО

Розглянуто на засіданні приймальної комісії
Національної академії Національної гвардії України
протокол № 2 від 14.05 р.