

ЄВРОПЕЙСЬКА МЕДИЧНА ШКОЛА

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова Приймальної комісії

Ректор Європейської медичної школи



Олег ВОВК

«04» травня 2026 року

ПРОГРАМА

ФАХОВИЙ ІСПИТ З УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

для іноземців та осіб без громадянства (мова навчання – українська)

для здобуття ступеня вищої освіти – магістр

спеціальності – D3 Менеджмент, D5 Маркетинг

КИЇВ 2026

ВСТУП

Програма фахового іспиту з управління та адміністрування призначена для проведення вступного випробування в Європейській медичній школі для здобуття ступеня магістра за спеціальностями D3 Менеджмент D5 Маркетинг, денної та заочної форми здобуття вищої освіти для іноземців та осіб без громадянства (мова навчання – англійська), згідно Правил прийому на навчання для здобуття вищої освіти в Європейській медичній школі в 2026 році.

Програму фахового іспиту з управління та адміністрування розроблено у відповідності до Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра (затверджена наказом Міністерства освіти і науки України від 11 лютого 2022 року № 157).

Програма вступного випробування містить критерії оцінювання, структуру оцінки і порядок оцінювання підготовленості вступників.

Фаховий іспит з управління та адміністрування проводиться у формі тестування для виявлення рівня підготовки вступника щодо ступеня володіння професійними знаннями та складається із 40 тестових завдань. Вступникові потрібно обрати одну правильну найбільш повну відповідь.

Кожна правильна відповідь оцінюється у 5 балів. Кожна неправильна відповідь оцінюється у 0 балів.

Максимальна кількість балів складає 200 балів.

Мінімальна кількість балів, що дає право вважати вступне випробування успішним повинна становити не менше 100 балів,

Час відведений на фаховий іспит складає 60 хв.

Програма містить наступні розділи:

1. Менеджмент
2. Маркетинг
3. Підприємництво.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Розділ 1. Менеджмент

2.1.1. 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.

2.1.2. 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.

2.1.3. 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.

2.1.4. Мотивування як функція менеджменту

Мотивування як процес спонукання себе й інших до діяльності шляхом використання мотивів людини для досягнення особистих цілей або цілей організації. Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання, стимул, винагорода, цінність. Види мотивування: внутрішнє мотивування, зовнішнє мотивування. Змістові (А. Маслоу, Д. МакКлелланд, Ф. Герцберг) та процесуальні (В. Врум, С. Адамс, Л. Портер, Е. Лоулер) теорії мотивування.

2.1.5. Контролювання як функція менеджменту

Контролювання як процес виявлення можливих відхилень запланованих показників, встановлення причин цих відхилень і розроблення заходів щодо їх усунення. Основні види контролювання: попередній, поточний, завершальний. Етапи процесу контролювання: формування контрольованих показників, вимірювання досягнутих результатів, регулювання.

2.1.6. Інформація і комунікації в менеджменті

Інформація та її види. Вимоги до управлінської інформації. Поняття комунікації, її види та засоби. Перешкоди в комунікаціях. Комунікаційний процес.

2.1.7. Управлінські рішення

Управлінські рішення в менеджменті. Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень (за М. Месконом): діагностика проблеми, формулювання обмежень та критеріїв прийняття рішень, виявлення альтернатив та їх оцінка, остаточний вибір. Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

2.1.8. Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилi керівництва

Вплив як будь-яка поведінка однієї людини, яка змінює поведінку, відносини або відчуття іншої людини. Форми впливу у менеджменті: переконання, навіювання, вплив через участь, примус. Влада у менеджменті. Типи влади у менеджменті. Лідерство як здатність через особисті якості впливати на поведінку окремих осіб чи груп працівників у процесі спрямування їх діяльності на досягнення цілей організації. Підходи до лідерства. Стилi керівництва. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний.

Розділ 2. Маркетинг

2.2.1. Теоретичні основи маркетингу

Основні поняття та класифікація маркетингу. Підходи комерційних організацій до управління маркетингом. Поведінка споживача.

2.2.2. Аналіз маркетингового середовища

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

2.2.3. Маркетингова товарна політика

Класифікація товарів. Концепція життєвого циклу товару. Розроблення товару.

2.2.4. Маркетингова цінова політика

Процес ціноутворення. Підходи до ціноутворення.

2.2.5. Маркетингова політика розподілу

Визначення каналів розподілу. Функції каналів розподілу. Рівні каналів розподілу. Показники каналів розподілу. Визначення стратегії розподілу.

2.2.6. Маркетингова політика комунікацій

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

Розділ 3. Підприємництво

2.3.1. Теоретичні засади підприємництва

Сутність підприємництва. Основні принципи та функції підприємницької діяльності.

2.3.2. Види підприємництва

Виробниче підприємництво. Торговельне (комерційне) підприємництво. Біржове підприємництво. Підприємництво у сфері послуг.

2.3.3. Підприємництво як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств

Види підприємств за метою й характером діяльності. Види підприємств за способом створення та формування статутного капіталу. Види підприємств за формами власності майна. Види підприємств за національною належністю капіталу. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування. Види підприємств за розмірами.

2.3.4. Організація підприємницької діяльності

Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Способи створення бізнесу. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності.

2.3.5. Планування підприємницької діяльності

Бізнес-планування. Розроблення бізнес-плану. Склад основних розділів бізнес-плану. Основні показники ефективності проєкту.

2.3.6. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності

Матеріальні ресурси як засоби та предмети праці, що використовуються у підприємницькій діяльності. Нематеріальні ресурси як частина ресурсів підприємства, у яких відсутня матеріальна основа отримання доходу та невизначений розмір майбутнього прибутку від їх використання. Трудові ресурси. Фінансові ресурси як грошові доходи та надходження, що перебувають у розпорядженні підприємства і призначені для виконання певних фінансових зобов'язань та здійснення підприємницької діяльності. Інвестиції у підприємницькій діяльності.

2.3.7. Ефективність підприємницької діяльності

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

2.3.8. Планування підприємницької діяльності

Соціальна відповідальність бізнесу. Складові соціальної відповідальності. Ділова етика підприємця.