

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії



2023 р.

**ПРОГРАМА**

**фахового вступного випробування з управління та адміністрування  
при прийомі на навчання для здобуття ступеня «магістр»  
зі спеціальностей 061 «Журналістика», 073 «Менеджмент»,  
075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля»,  
281 «Публічне управління та адміністрування»**

**1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ**

Мета програми фахового вступного випробування з управління та адміністрування для здобуття ступеня магістр визначити рівень теоретичних знань і практичних умінь і навичок, необхідних для опанування нормативних і вибіркових дисциплін за програмою підготовки фахівця рівня магістр із зазначених спеціальностей.

Програма розроблена у відповідності до Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування (наказ МОН № 154 від 11.02.2022) та відповідно до методичних інструкцій «Загальні вимоги до оформлення екзаменаційних матеріалів для контрольних заходів, що проводяться за тестовими технологіями» (версія 04), введених в дію наказом ректора СумДУ №0871-І від 22 вересня 2021 р.

Фахове вступне випробування здійснюється шляхом оцінки рівня професійних знань, умінь та навичок выпускників з використанням методів комплексної діагностики. Фахове вступне випробування складається із багаторівневих тестових завдань теоретичного та практичного напрямків, що дозволяє перевірити сформованість теоретичної бази та вміння застосовувати її на практиці.

Фахове вступне випробування проводиться в письмовій формі та триває 80 хв. Під час випробування використовується шарикова або гелева ручка чорного чи синього кольору та калькулятор. Усі інші речі та пристрої (в т.ч. мобільні телефони) використовувати забороняється.

На фахове вступне випробування виносяться наступні розділи:

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

Розділи, що виносяться на фахове вступне випробування при прийомі на навчання для здобуття ступеня «магістр» із зазначених спеціальностей відповідають загальним компетентностям освітньо-професійних програм.

## **2 ТИПОВІ ПИТАННЯ З РОЗДІЛІВ, ЩО ВИНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ**

### **2.1 Менеджмент**

1. Сутність та 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 за Р. Акоффом.
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, централізації та децентралізації.
13. Основні елементи та склад організаційної структури управління.
14. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізіональна, 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. Стилі керівництва.
26. Форми впливу у менеджменті.
27. Типи влади у менеджменті.
28. Підходи до лідерства. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левіним).

## **2.2 Маркетинг**

1. Основні категорії маркетингу. Формування теорії маркетингу.
2. Види маркетингу та їх характеристики.
3. Сутність та зміст маркетингової діяльності сучасного підприємства.
4. Маркетингові дослідження, як основа прийняття управлінських рішень.
5. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики
6. Товари (вироби та послуги) в маркетинговій діяльності.
7. Якість продукції. Оцінювання та управління якістю.
8. Конкурентоспроможність товару та її показники.
9. Ринок товарів (виробів та послуг). Формування попиту на ринку окремого товару.
10. Цільовий ринок товару і методика його вибору.
11. Товарна політика підприємства.
12. Інноваційна продукція. Життєвий цикл товару. Інноваційний цикл товару.
13. Планування нової продукції, розроблення товару.
14. Товарні марки та упаковки
15. Комунікації в системі маркетингу.
16. Рекламування товару. Стимулювання продажу товарів.
17. Організація роботи з громадськістю.
18. Реклама на місці продажу і мерчандайзинг.
19. Пряний маркетинг. Організація виставок і ярмарків. Персональний продаж товарів.
20. Упаковка як засіб комунікації.
21. Інтегровані маркетингові комунікації.
22. Організація маркетингових комунікацій. Стратегії та планування маркетингових комунікацій.
23. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій.
24. Державне регулювання процесів ціноутворення на Україні. Формування цінової політики.
25. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики. Система цін та їх класифікація. Фактори маркетингового ціноутворення.
26. Методичні підходи до ціноутворення і коригування цін в системі маркетингу. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури в ціноутворенні.
27. Маркетингові стратегії ціноутворення.
28. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.
29. Товарний рух і механізми використання каналів розподілу.
30. Управління товарним рухом. Оптова торгівля в каналах розподілу.
31. Роздрібна торгівля в каналах розподілу.
32. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.
33. Маркетингова логістика.

## **2.3 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 (комерційна 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 (NPV, PI, PP, BEP).
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).

### **3 СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ ЗАВДАНЬ**

Екзаменаційні білети сформовані випадковим чином та містять тестові завдання у розрізі розділів:

1. «Менеджмент» – 17 тестових завдань;
2. «Маркетинг» – 17 тестових завдань;
3. «Підприємництво» – 16 тестових завдань.

Екзаменаційний білет складається з 50 тестових завдань; кожне тестове завдання містить чотири варіанти відповідей, серед яких лише один правильний.

### **4 КРИТЕРІЙ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДЕЙ**

#### **Загальні вимоги**

Комісія оцінює письмові відповіді вступника на тестові завдання за 100-200 бальною шкалою. Вступники, які набрали менше 100 балів, отримують оцінку «незадовільно» і до подальшої участі у конкурсному відборі не допускаються. Вступники, які набрали 100 і більше балів, допускаються до участі у конкурсному відборі.

Для отримання позитивної оцінки із вступного випробування вступнику потрібно пройти мінімально-допустимий тестовий поріг на рівні 0,30 або 30 % від загальної кількості тестових балів.

За кожну правильну відповідь на завдання нараховуються тестові бали, за невірну відповідь нараховується 0 балів. Одержані тестові бали за вступне випробування переводяться в 100-200 бальну шкалу (з округленням до цілого, за правилами математичного округлення) за наступним алгоритмом:

$$O = O_{\min} + k \cdot (N - r \cdot T), \text{ де}$$

- O – оцінка із вступного випробування за шкалою 100-200 балів;
- $O_{\min}$  – мінімальна оцінка із вступного випробування за шкалою 100-200 балів, при якій вступник допускається до участі у конкурсному відборі;
- k – коефіцієнт переведення тестових балів в шкалу 100-200 балів, при цьому:

$$k = 100 / (T \cdot (1 - r))$$

- r – мінімально-допустимий тестовий поріг з точністю до 0,01, який встановлюється в межах від 0 до 1, але не менше 0,10;
- T – загальна кількість тестових балів, яку вступник може отримати під час вступного випробування;
- N – кількість тестових балів, яку вступник отримав під час вступного випробування.

За умови якщо кількість тестових балів, яку вступник отримав під час вступного випробування (N) становить «0», то вступник отримує оцінку «незадовільно» і до подальшої участі у конкурсному відборі не допускається.

### **Нарахування тестових балів**

За кожну правильну відповідь на тестове запитання нараховується 2 тестових бали. Невірна відповідь – 0 балів.

Загальна кількість тестових балів (T), яку вступник може отримати під час вступного випробування – 100 тестових балів.

Кількість тестових балів за вступне випробування (N) розраховується як сума тестових балів за виключенням тестових балів знятих за виправлення в аркуші відповідей (якщо передбачено програмою).

### **Політика щодо виправлень**

За кожні 5 виправлень знімається 1 тестовий бал від загальної кількості тестових балів (T), яку вступник може отримати на вступному випробуванні.

## **5 СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

### **Менеджмент**

1. Менеджмент : навчальний посібник / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/199f9704-c25d-4e5a-a0fb-aa85fe21dd82/content>
2. Палеха Ю., Мошек Г, Миколайчук І. Основи менеджменту. Теорія та практика. К: Ліра. 2018. 528 с.
3. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: Навчальний посібник. Тернопіль: Крок, 2017 р. 252 с.URL: [http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/31710/1/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%82%20%D0%A8%D0%BA%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8F%D0%BA.pdf](http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/31710/1/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%20%D0%A8%D0%BA%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8F%D0%BA.pdf)
4. Основи менеджменту: Конспект лекцій : навч. посіб./ КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 166 с. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/41193/1/Managment.pdf>

- Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
- Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Маркетинг. Навчальний посібник / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
- Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика : підручник. Київ : Центр учебової літератури, 2020. 246 с.
- Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2018. 191 с.
- Лисак О.І., Андреєва Л.О., Завадських Г.М. Ціноутворення: курс лекцій/ О.І. Лисак, Л.О. Андреєва., В.М. Тебенко. Мелітополь: Люкс, 2020. 193 с.
- Сигида Л.О., Біловодська О.А. Маркетинг торгово-посередницьких послуг та комерційна діяльність : конспект лекцій. Суми : СумДУ, 2017. 202 с.

### **Підприємництво**

- Гонтарева І. В. Підприємництво: підручник. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с. URL: <https://tinyurl.com/bz3cb65w>
- Економіка підприємства: підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковалської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с. URL: <https://tinyurl.com/27uijnjkj>
- Економіка підприємства / за заг. ред. Л.Л. Лазебник. Ірпінь: Університет ДФС України, 2021. 426 с. URL: <https://tinyurl.com/jntys6mb>
- Основи підприємництва: підручник / під заг. ред. Н.В. Валінкевич. – Житомир: ЖДТУ, 2019. 493 с. URL: <https://tinyurl.com/ym86afha>
- Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с. URL: <https://tinyurl.com/mue7mmyj>

Схвалено на засіданні приймальної комісії.

Протокол № 16 від 17.04 2023 р.

Відповідальний секретар приймальної  
комісії

  
(підпис)

Ігор РОЙ

Голова фахової атестаційної комісії О.М.Іванова  
(підпис)

Тетяна ВАСИЛЬЄВА

**ДОДАТОК А**

Зразок екзаменаційного завдання на фаховому вступному випробуванні

**СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Голова приймальної комісії

20 р.

**ЕКЗАМЕНАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ**

**фахового вступного випробування з управління та адміністрування  
при прийомі на навчання для здобуття ступеня «магістр»  
зі спеціальностей 061 «Журналістика», 073 «Менеджмент»,  
075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля»,  
281 «Публічне управління та адміністрування»**

**Варіант № 0**

1. Макросередовище організації - це:

- A) соціально - культурні чинники, технологія;
- B) фізико-географічні умови, політика, право, економіка;
- C) політика, економіка, право;
- D) все перераховане.

2. Яке найважливіше призначення управління:

- A) отримання максимального прибутку;
- B) створювати умови для подальшого успішного функціонування підприємства;
- C) мінімізація податкових платежів;
- D) завоювання нових ринків збуту.

3. Який з приведених виразів щонайкраще пояснює феномен влади?

- A) рівень влади особи А над особою Б дорівнює рівню залежності особи Б від особи А;
- B) рівень влади особи А над особою Б дорівнює рівню залежності особи А від особи Е;
- C) рівень влади особи А над особою Б дорівнює рівню асиметрії інформації, що подається, від А до Б;
- D) рівень влади особи А над особою Б дорівнює рівню причинності використовуваних ролевих установок особою А.

4. Яке з визначень розкриває суть праці менеджера як найповніше?

- A) творча праця у сфері управлінню людьми, предмет праці – об'єкт управління;
- B) творча розумова праця, предметом якої є інформація, засобом праці – інтелект і підлеглі, результатом – прибуток організації;
- C) творча праця, яка об'єднує евристичну і адміністративну діяльність;

D) розумова праця, яка об'єднує адміністративну і виховну, евристичну і операторську діяльності.

5. Соціально-психологічні методи управління можна умовно поділити на такі групи:

- A) методи соціального та психологічного впливу;
- B) методи колективного та індивідуального впливу;
- C) методи інформаційного, соціального та нормативного впливу;
- D) методи формального та неформального впливу.

6. З яких елементів складається система управління організацією?

- A) з керуючої та керованої систем;
- B) з основної та допоміжної систем;
- C) з виробничої та перетворюючої систем;
- D) з цільової та обслуговуючої систем.

7. Як правило, до елементів внутрішнього середовища, відносять такі:

- A) цілі, структура, люди, технологія, задачі;
- B) місія, аналіз зовнішнього середовища, аналіз внутрішнього середовища, розроблення стратегічних рішень, реалізація стратегії;
- C) кадри, фінанси, інформація, енергоресурси, природні ресурси, час;
- D) технології, сегменти, канали дистрибуції, законодавчі акти, фінансова звітність.

8. Яку категорія можна охарактеризувати як «логічні взаємовідносини рівнів управління і функціональних областей, побудовані в такій формі, яка дозволяє найбільш ефективно досягати цілей організації»?

- A) цілі;
- B) структура;
- C) люди;
- D) технологія.

9. Якому типу відносин відповідають взаємостосунки майстра і начальника цеху:

- A) функціональні відносини;
- B) матеріальні відносини;
- C) лінійні відносини;
- D) відносини управлінського апарату.

10. До первинних потреб відносять:

- A) психологічні потреби;
- B) фізіологічні потреби;
- C) економічні потреби;
- D) матеріальні потреби.

11. Які види контролю існують:

- A) попередній, поточний і завершальний;
- B) явний і неявний;

- C) фактичний і потенційний;  
D) встановлення стандартів, процес вимірювання і дії, що коректують.

12. Вкажіть елементи комунікаційного процесу:

- A) зародження ідеї, кодування і вибір каналу, передача, декодування;  
B) відправник, ідея, повідомлення, одержувач;  
C) повідомлення, канал, одержувач;  
D) всі відповіді неправильні.

13. Чому важливо оцінювати ефективність управлінського рішення?

- A) оцінювати ефективність управлінського рішення важливо, оскільки це впливає на організацію;  
B) оцінювати ефективність управлінського рішення важливо, оскільки це впливає на рівень заробітної плати;  
C) оцінювати ефективність управлінського рішення важливо, оскільки таким чином можна оцінити розвиток організації;  
D) оцінювати ефективність управлінського рішення важливо, оскільки таким чином можна визначити ефективність роботи менеджера.

14. Які головні недоліки лінійних структур управління?

- A) автономія підрозділів може блокувати досягнення вигод стратегічного поєднання;  
B) наявність надмірної конкуренції між підрозділами за ресурси та повноваження;  
C) висока компетентність фахівців, що відповідають за здійснення конкретних функцій;  
D) тенденція до надмірної централізації.

15. Яка організаційна структура вважається найбільш ефективною для організацій, що мають філії в різних регіонах?

- A) функціональна;  
B) лінійна;  
C) змішана;  
D) дивізіональна.

16. Дайте вірне визначення поняттю «релевантна інформація»:

- A) дані, що відповідають цілям дослідження та стосуються тільки цієї конкретної проблеми, людини, мети чи періоду часу;  
B) інформаційні дані, які використовуються в процесі прийняття рішення;  
C) дані, які зібрані в результаті первинних та вторинних маркетингових досліджень;  
D) специфічні дані щодо ресурсних обмежень конкретного управлінського рішення.

17. Навіщо необхідно здійснювати контроль за виконанням управлінських рішень?

- A) щоб виявити працівників, що безвідповідально відносяться до своїх обов'язків;

B) щоб виконавці побоювалися покарання і належним чином виконували покладені на них обов'язки;  
C) щоб виконавці вчасно виконували завдання;  
D) щоб виявити відхилення у виконанні рішень і зробити необхідні заходи.

18. Використання короткотермінових заходів, спрямованих на швидке реагування ринку у відповідь на пропонування підприємством своєї продукції – це:

- A) пропаганда;
- B) стимулювання збуту;
- C) персональний продаж;
- D) просування.

19. Створення позитивного іміджу в очах громадськості – це:

- A) реклама;
- B) мерчандайзинг;
- C) франчайзинг;
- D) PR.

20. Відносно невисока вартість розміщення, можливість розмістити велику кількість інформації, досить велика кількість споживачів та більший час на осмислення ними рекламного посилання – це переваги:

- A) реклами в газетах;
- B) телереклами;
- C) радіореклами;
- D) реклами на транспорті.

21. На кого повинна бути спрямована реклама товарів промислового призначення:

- A) на фізичних осіб, які купують товари для особистого користування;
- B) на посередників;
- C) на комерційних агентів;
- D) на юридичних осіб, які приймають рішення щодо закупівлі товарів для задоволення потреб підприємства

22. Що відноситься до основних завдань ціноутворення?

- A) всі відповіді вірні;
- B) максимізація поточного прибутку;
- C) завоювання ринку за показниками частки ринку;
- D) завоювання лідерства за показниками якості товару.

23. Як називається етап ціноутворення, на якому: визначають верхній рівень цін; розраховують показники цінової еластичності?

- A) визначення попиту;
- B) постановка завдань ціноутворення;
- C) оцінка витрат;
- D) аналіз цін і товарів конкурентів.

24. На якому етапі ціноутворення розраховують власну собівартість товарів чи послуг?
- A) оцінка витрат;
  - B) визначення попиту;
  - C) постановка завдань ціноутворення;
  - D) аналіз цін і товарів конкурентів.
25. На якому етапі ціноутворення проводять моніторинг цін на товари чи послуги інших компаній, якості їх продукції?
- A) аналіз цін і товарів конкурентів;
  - B) оцінка витрат;
  - C) визначення попиту;
  - D) постановка завдань ціноутворення.
26. На якому етапі ціноутворення визначають конкретний спосіб, прийом, сукупність послідовних дій щодо визначення та обґрунтування ціни конкретного товару?
- A) вибір методу ціноутворення;
  - B) постановка завдань ціноутворення;
  - C) встановлення кінцевої ціни;
  - D) визначення попиту.
27. Як називається останній етап ціноутворення?
- A) встановлення кінцевої ціни;
  - B) вибір методу ціноутворення;
  - C) постановка завдань ціноутворення;
  - D) визначення попиту.
28. Визначте завдання ціноутворення: компанія аналізує різні рівні цін і обсяги при них, обирає ціну, що забезпечує найбільший поточний фінансовий результат?
- A) максимізація поточного прибутку;
  - B) завоювання ринку за показниками частки ринку;
  - C) завоювання лідерства за показниками якості товару;
  - D) виживання організації.
29. Визначте завдання ціноутворення: компанія знижує ціни, розраховуючи на збільшення обсягів збути?
- A) завоювання ринку за показниками частки ринку;
  - B) максимізація поточного прибутку;
  - C) завоювання лідерства за показниками якості товару;
  - D) виживання організації.
30. Визначте завдання ціноутворення: компанія встановлює високу ціну на інноваційний високоякісний товар, який знаходить своїх споживачів?
- A) завоювання лідерства за показниками якості товару;
  - B) завоювання ринку за показниками частки ринку;

- C) максимізація поточного прибутку;
- D) виживання організації.

31. Що відноситься до чинників ціноутворення?

- A) всі відповіді вірні
- B) мета продавця; собівартість власної продукції чи послуг
- C) ціни конкурентів
- D) еластичність попиту

32. Який чинник ціноутворення задає мінімальний рівень ціни, за якою може продаватися вироблена продукція, якщо виходити з інтересів її продавця?

- A) собівартість;
- B) мета продавця;
- C) ціни конкурентів;
- D) еластичність попиту.

33. Який чинник ціноутворення необхідно ув'язувати з ринковою часткою, об'єктивними властивостями товарів, позиціонуванням, ставленням споживачів до їх товарів, комунікаційними можливостями тощо?

- A) ціни конкурентів;
- B) собівартість;
- C) мета продавця;
- D) еластичність попиту.

34. Визначте тип попиту: відсоткове зниження ціни викликає більший відсоток підвищення обсягів продажу товарів.

- A) попит еластичний;
- B) попит нееластичний;
- C) абсолютно еластичний попит;
- D) одинична еластичність.

35. Фізична особа, яка виконує особливу економічну функцію шляхом реалізації певних завдань, і при цьому об'єднує фактори виробництва в інноваційний спосіб (як правило, у вигляді нового бізнесу) для створення економічної вартості це:

- A) Підприємець
- B) Економічний агент
- C) Менеджер
- D) Підприємництво

36. Як звали економіста, який, як вважається, ввів у обіг термін «підприємець»?

- A) Річард Кантільйон
- B) Жан-Батист Сей
- C) Френк Найт
- D) Йозеф Шумпетер

37. За типологією підприємців по їх відношенню до ризику та інновацій, підприємців, діяльність яких характеризується низьким рівнем інноваційності та які не беруть на себе високі ризики, називають:

- A) Мрійники
- B) Інкременталісти
- C) Справжні підприємці
- D) Відчайдухи

38. За типологією підприємців по їх відношенню до ризику та інновацій, підприємців, діяльність яких характеризується високим рівнем інноваційності та які не беруть на себе високі ризики, називають:

- A) Мрійники
- B) Інкременталісти
- C) Справжні підприємці
- D) Відчайдухи

39. За типологією підприємців по їх відношенню до ризику та інновацій, підприємців, діяльність яких характеризується високим рівнем інноваційності та які беруть на себе високі ризики, називають:

- A) Мрійники
- B) Інкременталісти
- C) Справжні підприємці
- D) Відчайдухи

40. За типологією підприємців по їх відношенню до ризику та інновацій, підприємців, діяльність яких характеризується низьким рівнем інноваційності та які беруть на себе високі ризики, називають:

- A) Мрійники
- B) Інкременталісти
- C) Справжні підприємці
- D) Відчайдухи

41. Як називається функція підприємницької культури, що створює сили внутрішньої стабільності та зовнішнім впливам за рахунок репрезентації традиційних зв'язків підприємницької праці?

- A) Охоронна
- B) Комунікативно-інтегративна
- C) Регулююча
- D) Консервативна

42. Як називається функція підприємницької культури, що сприяє створенню нових зразків, більш пристосованих до мінливих обставин зовнішнього середовища?

- A) Консервативна
- B) Адаптивна
- C) Трасляційна
- D) Інноваційна

43. Як називається функція підприємницької культури, що полегшує взаємне пристосування працівників до організації та організації до працівників?

- A) Комуникативно-інтегративна
- B) Регулююча
- C) Консервативна
- D) Адаптивна

44. Як називається функція підприємницької культури, що зберігає та відтворює цінності різних форм і типів, передає їх із покоління в покоління?

- A) Регулююча
- B) Адаптивна
- C) Розвиваюча
- D) Відтворювальна

45. Сукупність умов, які впливають на можливість формування та успішної реалізації підприємницької ідеї, має назву:

- A) Підприємець
- B) Економічний агент
- C) Підприємництво
- D) Підприємницьке середовище

46. Яку складову підприємницького середовища зазвичай не виділяють як окремий вид у загальній структурі?

- A) Економічне середовище
- B) Демографічне середовище
- C) Соціально-культурне середовище
- D) Освітньо-просвітницьке середовище

47. До якої групи факторів підприємницького середовища відносять ступінь розвитку ринків?

- A) Технологічні
- B) Інституційні
- C) Правові
- D) Економічні

48. До якої групи факторів підприємницького середовища відносять освітній рівень населення?

- A) Інституційні
- B) Правові
- C) Економічні
- D) Соціально-культурні

49. До якої групи факторів підприємницького середовища відносять рівень індустриального розвитку країни?

- A) Природно-демографічні

- B) Технологічні
- C) Інституційні
- D) Правові

50. До якої групи факторів підприємницького середовища відносять характер взаємовідносин суспільства і держави?

- A) Природно-демографічні
- B) Економічні
- C) Соціально-культурні
- D) Політичні

/ Голова фахової атестаційної комісії

  
(підпис)

Тетяна ВАСИЛЬСВА

**ДОДАТОК Б**

Зразок аркуша відповідей на фаховому вступному випробуванні

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Шифр \_\_\_\_\_

**АРКУШ ВІДПОВІДІ**

**фахового вступного випробування з управління та адміністрування**  
**при прийомі на навчання для здобуття ступеня «магістр»**  
**зі спеціальностей 061 «Журналістика», 073 «Менеджмент»,**  
**075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля»,**  
**281 «Публічне управління та адміністрування»**

Варіант №

№ питання	A	B	C	D
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

№ питання	A	B	C	D
25	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**УВАГА!** Завдання мають кілька варіантів відповідей, серед яких лише один правильний. Оберіть правильний, на Вашу думку, варіант та позначте його, як показано на зразку. Кількість віправлень впливає на загальну оцінку роботи!

A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Кількість правильних відповідей – \_\_\_\_\_;

Кількість балів за них – \_\_\_\_\_;

Кількість виправлень – \_\_\_\_\_;

Знято балів за виправлення – \_\_\_\_\_;

**Всього балів**

**з врахуванням знятих –**

\_\_\_\_\_ (числом та прописом)

Голова комісії

\_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (прізвище, ініціали)

Члени комісії

\_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (прізвище, ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (прізвище, ініціали)