

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ГНАТЮКА  
ФАКУЛЬТЕТ ПЕДАГОГІКИ І ПСИХОЛОГІЇ**



**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Ректор  
Богдан БУЛК  
26 травня 2026 р.

**ПРОГРАМА  
ФАХОВОГО ІСПИТУ  
З управління та адміністрування  
для здобуття ОС «Магістр»**

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма фахового іспиту на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти з управління та адміністрування розроблена відповідно до чинного законодавства України у сфері вищої освіти та базується на вимогах державного стандарту підготовки фахівців освітнього ступеня «магістр» галузі знань Д Бізнес, адміністрування та право. Програма спрямована на забезпечення об'єктивного та комплексного оцінювання рівня професійної підготовки вступників, їхньої готовності до опанування освітньо-професійної програми магістерського рівня, а також здатності до аналітичного мислення, аргументації управлінських рішень і застосування теоретичних знань у практичних ситуаціях.

Програма визначає перелік питань, обсяг, складові та технологію оцінювання знань абітурієнтів під час вступу на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю ДЗ «Менеджмент» галузі знань Д Бізнес, адміністрування та право освітньо-професійної програми «Управління закладом освіти». Метою фахового іспиту є здійснення конкурсного відбору вступників шляхом визначення рівня сформованості їхніх загальних і фахових компетентностей, необхідних для подальшого навчання за освітнім ступенем магістра.

Програму укладено з урахуванням Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра, затвердженої наказом Міністерства освіти і науки України №157 від 11 лютого 2022 року. <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/vstup-2022/Prohramy-YEFVV/Zatverdzeni.prohramy.YEFVV/11.02/Pro.zatv.Prohr.predm.testu.upravl.administrativ-nakaz-157-11.02.2022.pdf>

Оцінювання результатів фахового вступного іспиту здійснюється за 200-бальною шкалою, по 100 балів за кожне питання. При визначенні результатів враховуються повнота та глибина розкриття змісту питань, рівень володіння понятійно-категоріальним апаратом, логічність і послідовність викладу матеріалу, здатність до аналітичного мислення, аргументованість висновків, використання сучасних підходів у сфері управління та адміністрування, а також культура професійного мовлення.

З метою забезпечення прозорості, академічної доброчесності та об'єктивності процедури оцінювання проведення фахового вступного іспиту здійснюється під відеозапис. Відеофіксація процесу вступного випробування спрямована на дотримання принципів відкритості, справедливості та рівних умов для всіх вступників.

Фаховий іспит для вступу на другий (магістерський) рівень вищої освіти з управління та адміністрування передбачає перевірку рівня теоретичної підготовки вступників, сформованості управлінського мислення, здатності аналізувати управлінські ситуації, обґрунтовувати власну позицію, використовувати сучасні підходи до управління організаціями та демонструвати готовність до професійної діяльності в умовах змін,

цифровізації та розвитку сучасного освітнього й соціально-економічного середовища.

## СТРУКТУРА І ЗМІСТ ІСПИТУ, ФОРМА ПРОВЕДЕННЯ

Фаховий вступний іспит для освітнього ступеня «магістр» спеціальності D3 Менеджмент передбачає оцінку знань та умінь абітурієнтів з таких курсів:

- Менеджмент
- Маркетинг
- Підприємництво.

### МЕНЕДЖМЕНТ

Теоретичні основи менеджменту. Сутність та функціональні сфери менеджменту.

Організація та її середовище в менеджменті. Організації як об'єкт управління. Поняття «організації» як соціального утворення. Загальні характеристики організації. Внутрішнє середовище організації. Елементи внутрішнього середовища організації. Ознаки зовнішнього середовища організації. Поділ зовнішнього середовища організації на середовище прямої дії (мікросередовище) і середовище опосередкованої дії (макросередовище).

Рівні менеджменту в організації та їх завдання.

Методи менеджменту: адміністративні; економічні; соціально-психологічні.

Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті. Сутнісна характеристика ситуаційного підходу у менеджменті.

Функція планування в менеджменті. Визначення планування та його завдання. Система планів організації: стратегічний план, тактичний план, операційний план, Визначення і функціональне призначення стратегічного планування. Етапи стратегічного планування. Етапи процесу планування. Управління реалізацією стратегічного плану.

Функція організування в менеджменті. Основні процеси реалізації функції організування: створення системи повноважень, розподіл організації на компоненти (підрозділи). 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. Вибір і побудова організаційної структури управління.

Мотивування як функція менеджменту. Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання, стимул, винагорода, цінність. Види мотивування (внутрішнє, зовнішнє). Змістові та процесуальні теорії мотивування. Стимулювання праці.

Контролювання як функція менеджменту. Основні види контролювання. Попередній, поточний, завершальний контроль. Етапи процесу контролювання.

Інформація і комунікації в менеджменті. Види інформації за функціональним призначенням. Вимоги до управлінської інформації. Поняття комунікації, її види та засоби. Види комунікацій: організаційні (формальні) комунікації, міжособистісні (неформальні) комунікації. Засоби комунікацій. Перешкоди в комунікаціях.

Комунікаційний процес.

Управлінські рішення. Управлінські рішення в менеджменті. Характеристика управлінських рішень: запрограмовані управлінські рішення, незапрограмовані управлінські рішення, інтуїтивні управлінські рішення, раціональні управлінські рішення. Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень: діагностика проблеми, формулювання обмежень та критеріїв прийняття рішень, виявлення альтернатив та їх оцінка, остаточний вибір. Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Форми впливу в менеджменті. Влада і типи влади у менеджменті. Лідерство. Підходи до лідерства. Стилi керівництва, їх класифікація (авторитарний, демократичний, ліберальний) та характеристика. Управління організаційною поведінкою. Управління дисципліною. Етика в менеджменті. Організаційна культура.

## МАРКЕТИНГ

Теоретичні основи маркетингу. Маркетинг як наука і як особливий вид діяльності з надання послуг. Основні поняття маркетингу: нужда, потреба, попит, товар, обмін, угода, ринок. Класифікація маркетингу за типом попиту, за наявністю сегментації ринку, за рівнем каналу розподілу.

Підходи комерційних організацій до управління маркетингом. Цілі системи маркетингу. Поведінка споживача. Проста модель купівельної поведінки. Розгорнута модель купівельної поведінки.

Аналіз маркетингового середовища. Поняття маркетингового середовища. Маркетингова товарна політика. Система маркетингової інформації. Класифікація товарів. Концепція життєвого циклу товару. Розроблення товару.

Маркетингова цінова політика. Процес ціноутворення. Чинники ціноутворення. Методи маркетингового ціноутворення. Підходи до ціноутворення.

Маркетингова політика розподілу. Визначення каналів розподілу. Функції і рівні каналів розподілу. Показники каналів розподілу. Визначення стратегії розподілу.

Маркетингова політика комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій. Характеристика складових комплексу маркетингових комунікацій: реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання продажу, особисті продажі. Види комунікаційних каналів. Чинники, що визначають структуру комплексу стимулювання; тип стратегії прощтовхування товару та стратегія залучення споживача до товару; ступінь готовності покупця; етап життєвого циклу товару.

## ПІДПРИЄМНИЦТВО

Сутність підприємництва. Цілі підприємництва. Суб'єкти й об'єкти підприємницької діяльності. Ознаки підприємництва.

Основні принципи та функції підприємницької діяльності.

Види підприємництва. Виробниче підприємництво. Види виробничого підприємництва за спрямуванням. Види виробничого підприємництва за характером. Торговельне (комерційне) підприємництво, його види. Біржове підприємництво. Підприємництво у сфері послуг. Основні види послуг за призначенням.

Підприємство як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств. Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу, за формами власності майна, за національною належністю капіталу, за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування, за розмірами. Організація підприємницької діяльності. Способи створення бізнесу. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності. Основні етапи реєстрації юридичних осіб.

Планування підприємницької діяльності. Бізнес-планування. Розроблення бізнес-плану. Етапи розроблення бізнес-плану. Склад основних розділів бізнес-плану. Основні показники ефективності проєкту.

Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності. Матеріальні ресурси. Нематеріальні ресурси. Трудові ресурси. Фінансові ресурси. Власні фінансові ресурси. Залучені фінансові ресурси. Позикові ресурси. Інвестиції в підприємницькій діяльності, їх види.

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

Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика. Основні вимоги до соціальної відповідальності бізнесу. Складові соціальної відповідальності: економічна, екологічна, соціальна. Ділова етика підприємця. Характерні ознаки ділової етики підприємця.

## ФОРМА ПРОВЕДЕННЯ

Фаховий вступний іспит проводиться у формі усного випробування. Екзаменаційний білет містить два теоретичних питання, які охоплюють ключові аспекти управління та адміністрування, зокрема основи менеджменту, маркетингу, підприємництва, управлінських процесів, прийняття управлінських рішень, організації діяльності установ та сучасних підходів до управління.

Вступникам роздаються титульні листи і роз'яснюється процедура проведення іспиту. Для підготовки відповіді на екзаменаційний білет вступнику надається 30 хвилин. Абітурієнт оформлює лист підготовки, у якому повинен бути відображений орієнтовний зміст відповіді на кожне питання білета, основні поняття, логіка викладу матеріалу, ключові теоретичні положення, приклади та висновки. Лист підготовки є підтвердженням самостійної роботи вступника під час складання фахового іспиту.

Структура оцінки за відповідь абітурієнтів на вступному іспиті з «Управління та адміністрування».

Номер питання	Кількість балів
1 питання	100
2 питання	100

## КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Під час оцінювання відповідей на запитання враховуються такі аспекти:  
 відповідь повинна показати глибоке засвоєння програмного матеріалу та засвоєння рекомендованої літератури;

відповідь повинна показати чітке володіння понятійним апаратом, методами використання базових інструментів менеджменту;

відповідь повинна показати розуміння застосування теоретичних знань для виконання конкретних практичних управлінських завдань, розв'язання управлінських ситуацій;

відповідь повинна бути вірною, повною, логічною і послідовною.

Оцінка за 200-бальною шкалою	Оцінка ECTS	Критерії
1	2	3
190-200	A	Абітурієнт виявляє міцні й глибокі знання з менеджменту, маркетингу, підприємництва, маркетингу і підприємництва; вільно відповідає на запитання, чітко викладає матеріал, використовуючи наукову термінологію та реалізуючи міждисциплінарні зв'язки; самостійно аналізує і розкриває закономірності управлінської діяльності; наводить приклади, що ґрунтуються на власних спостереженнях; оцінює управлінські об'єкти та економічні явища; виявляє і обґрунтовує причинно-наслідкові зв'язки; уміє виокремити проблему і визначити шляхи її розв'язання; ознайомлений з рекомендованою літературою; вільно розв'язує управлінські задачі різного рівня складності, робить самостійні обґрунтовані висновки; аргументовано використовує знання у нестандартних ситуаціях.
171-189	B	Абітурієнт вільно відтворює навчальний матеріал та відповідає на поставлені запитання, допускаючи незначні помилки у формулюванні наукових термінів чи при поясненні окремих фактів; з допомогою викладача встановлює причинно-наслідкові зв'язки; здійснює порівняльну характеристику управлінських об'єктів та економічних явищ; розв'язує стандартні пізнавальні завдання; виправляє власні помилки; самостійно розв'язує типові управлінські задачі; робить нечітко сформульовані висновки; опрацював рекомендовану літературу.
130-149	D	Абітурієнт самостійно, але неповно відтворює навчальний матеріал, частково дотримується логіки його викладу; відповідає на окремі запитання; загалом правильно вживає і терміни; допускає помилки у відповідях та термінології; розв'язує прості типові управлінські задачі; ознайомлений з основною літературою, знає частину програмного теоретичного матеріалу, але не може застосувати його на практиці.
100-129	E	Абітурієнт відтворює незначну частину навчального матеріалу, дає визначення окремих понять менеджменту, маркетингу і підприємництва, дає неповну характеристику загальних ознак управлінських об'єктів; у відповідях може допускати помилки; неправильно трактує окремі положення, допускаючи помилки у термінології; наводить приклади, що ґрунтуються на матеріалі підручника.
0-99	F	Абітурієнт відтворює дуже малу частину навчального матеріалу, дає визначення окремих понять менеджменту, маркетингу і підприємництва, дає неповну характеристику загальних ознак управлінських об'єктів та економічних явищ; у відповідях допускає суттєві помилки, не має достатніх теоретичних знань та практичних умінь; не ознайомлений або мало опрацював рекомендованої літератури.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Балановська Т.І., Гоголя О.П., Кубіцький С.О. Основи менеджменту маркетингу та підприємництва: Навчальний посібник для підготовки фахівців галузі знань 15 «Автоматизація та приладобудування» спеціальності 151 «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології». Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2018. 518с. Київ: ФОП Ямчинський ОВ, 2021.464с.
2. Боднар О. Менеджмент персоналу закладу загальної середньої освіти: навчально-методичний посібник. Тернопіль: Крок, 2021. 380с. URL: [http://catalog.library.tnpu.edu.ua:8080/e-lib/DocDescription?doc\\_id=254091](http://catalog.library.tnpu.edu.ua:8080/e-lib/DocDescription?doc_id=254091)
3. Довідник здобувача другого (магістерського) рівня вищої освіти. Наукове видання / В. Крижко, В. Курило, О. Боднар, Г.Луценко, О.Козлова. Запоріжжя : ТОВ Видавництво «Просвіта», 2024. 912 с.
4. Довідник майбутнього управлінця [Текст] : [Навчальний посібник]/За заг. ред. д.е.н., проф. Храпкіної В. В. д.п.н., проф. Матукової Г. І; ВНЗ "Київський університет ринкових відносин". Вінницька обласна типографія [Видавник], 2018. 271с. <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b1e7ea65-ed09-45be-831d-d5336bebe93e/content>
5. Єремія, Г., Підгірна, В., & Скігар, Х. Напрями підвищення ефективності системи управління трудовим колективом. Економіка та суспільство, 2022. №38. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1291>
6. Концептуальні засади менеджменту в інформаційній економіці: монографія / за ред. Т. І. Лепейко. Харків: ХНЕУ, 2010. 252 с.
7. Лепейко Т. І. Управління персоналом підприємства в умовах невизначеності (поведінковий підхід): Монографія. О. М. Миронова. Х.: ХНЕУ, 2010. 234 с.
8. Майовець Є. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 450 с.
9. Менеджмент і адміністрування : підручник для магістрів / Колектив авторів: З. І. Галушка, А. А. Антохов, В. М. Запихляк; Б.Д.Сторощук, Ю.О.Терлецька, Т.Р. Заволічна, І.Я. Кузьмук. Чернівці, 2021. 437 с. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/>
10. Менеджмент і адміністрування : підручник для бакалаврів / Колектив авторів: к.е.н., доц.Терлецька Н.М.; д.е.н., доц. Антохов А.А.; к.е.н., доц. Терлецька Ю.О.; к.е.н., ас. Грунтковський В.Ю.; д.е.н., доц. Поченчук Г.М.; к.е.н., доц. Запихляк В.М.; к.е.н., доц. Кравець В.І.; к.е.н., доц. Сторощук Б.Д.; к.е.н., доц. Заволічна Т.Р.; к.е.н., ас. Клевчик Л.Л. Чернівці : 2022. 320 с. <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/4882>
11. Пархоменко Л., Фротер О., Осіпова А. Сучасний розвиток економічної думки в Україні. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 35. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/35> (дата звернення: 17.06.2023). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-38>
12. Синиченко А. Сучасна парадигма менеджменту організацій в

умовах трансформаційних перебудов. *Економіка та суспільство*. 2022. №46. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-65>

13. Шеліган О. Підприємницька компетентність у наукових рецепція вчених. *Педагогічна освіта: теорія і практика. Психологія. Педагогіка*. 2019. № 31. С. 86–90. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Potip\\_2019\\_31\\_16\\_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Potip_2019_31_16_37)

14. Управління закладом освіти: підручник. За редакцією професора В.В. Крижка, професора О.С. Боднар. К.: Освіта України, 2022. 556с. URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/27009/1/bodnar.pdf>

### Менеджмент

15. Боковець В.В. Основи менеджменту: Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей.-Вінниця: 2013. 495с. [https://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/2024/Bokovets\\_2013\\_495.pdf](https://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/2024/Bokovets_2013_495.pdf)

16. Буняк Н. М. Основи менеджменту : збірник тестових завдань. Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2018. 96 с. <https://evnuir.vnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c70686fb-b725-4de8-9e94-2fd4c0f938ea/content>

17. Мостенська Т.Л., Новак В.О., Луцький М.Г., Ільєнко О.В. Менеджмент : підручник. 2-ге видання. Київ : Кондор, 2012. 758 с. [https://library.kpi.kharkov.ua/files/new\\_postupleniya/mostenskamenedzh.pdf](https://library.kpi.kharkov.ua/files/new_postupleniya/mostenskamenedzh.pdf)

18. Осовська Г.В. Осовський О.А. Основи менеджменту: підручник. Видання 3-є, перероблене і доповнене. К.: «Кондор», 2008. 664 с. [https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3fmb\\_finan/Osnovy-menedzhmentu-Pidruchnyk-Osovska-H.V.pdf](https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3fmb_finan/Osnovy-menedzhmentu-Pidruchnyk-Osovska-H.V.pdf)

19. Пшенична Т.М. Основи менеджменту та маркетингу. Конспект лекцій навчальний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / уклад.: Т.М. Пшенична. Чернігів: Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка, 2025. 81 с. <http://erpub.chnpu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/11124/1/%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%20%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%83%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D1%83.pdf>

20. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 247 с. URL: [https://econom.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2016/10/MARKETING\\_NAVCH.POS\\_IBNYK\\_SENYSHYNKRYVESHKO\\_FINAL\\_ALL.pdf](https://econom.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POS_IBNYK_SENYSHYNKRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf)

21. Шикеринець В.В. Базіняк І.І., Дутчак О.І., Качмар О.В. Федорак В.В. «Основи менеджменту» : Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2022. 38 с. <https://lib-repo.pnu.edu.ua/bitstream/123456789/22255/1/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0>

[%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%20%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%83-2022.pdf](https://api.dspace.wunu.edu.ua/api/core/bitstreams/8c41310c-6d61-406b-8434-2cb298064668/content)

22. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: Навчальний посібник. Тернопіль: Крок, 2017 р. 252 с. <https://api.dspace.wunu.edu.ua/api/core/bitstreams/8c41310c-6d61-406b-8434-2cb298064668/content>

### Маркетинг

23. Кушнір Т.М. Маркетинг: Методичні матеріали для самостійної підготовки студентів. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2021. 163с. URL: <https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/Marketynh-samostiyna-robota.pdf>

24. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. <https://marketing.wunu.edu.ua/wp-content/uploads/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3-2021-3-1.pdf>

25. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / П.В. Захарченко, А.А. Самойленко, А.В. Кулік, І.Ю. Кутліна. Київ: вид. «Центр учбової літератури», 2023. 234с. [https://www.researchgate.net/publication/388594163\\_MARKETINGOVI\\_DOSLIDZENNA\\_NAVCALNIJ\\_POSIBNIK](https://www.researchgate.net/publication/388594163_MARKETINGOVI_DOSLIDZENNA_NAVCALNIJ_POSIBNIK)

26.

27. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с. URL: [https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3fmb\\_finan/Marketing.-2022.-Pavlov-zzhaty.pdf](https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3fmb_finan/Marketing.-2022.-Pavlov-zzhaty.pdf)

28. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. [https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING\\_NAVCH.POSIBNYK\\_SENYSHYN-KRYVESHKO\\_FINAL\\_ALL.pdf](https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf)

29. Словник маркетингових термінів. <https://sites.google.com/site/marketingdistance/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%BA>

30. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. С 68 Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник / А. В. Софієнко., В. В. Шукліна, Р. М. Набока. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. <https://eir.kntu.net.ua/jspui/bitstream/123456789/736/1/%D0%A1%D0%BE%D1%8>

[4%D1%96%D1%94%D0%BD%D0%BA%D0%BE%2C%20%D0%90.%20%D0%92.%20%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3.%20%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87.%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1.pdf](https://vstup.htek.com.ua/wp-content/uploads/2024/10/33.4-Gontareva.pdf)

### Основи підприємництва

31. Гонтарева І.В. Підприємництво : підручник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392с. URL: <https://vstup.htek.com.ua/wp-content/uploads/2024/10/33.4-Gontareva.pdf>

32. Дубинецька П. П., Содома Р. І., Саміло А. В. (2025) Основи підприємництва: навчальний посібник - Львів: ЛДУ БЖД, 2025. 222с. [https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/16852/1/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/16852/1/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf?utm_source=chatgpt.com)

33. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. 2021. Донецьк. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva.pdf>

34. Основи економічної грамотності та підприємництва: навчальний посібник. Алексеева С.В., Базиль Л.О., Байдулін В.Б. Гриценюк І.А., Єршова Л.М., Закатнов Д.О., Орлов В.Ф., Сохацька Г.В. Житомир: «Полісся», 2021. 248 с. URL: [https://lib.iitta.gov.ua/729342/1/3\\_%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%20%D0%BF%20%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf](https://lib.iitta.gov.ua/729342/1/3_%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%20%D0%BF%20%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf)

35. Основи підприємництва: Підручник /Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О. та ін.; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с. URL: [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_1931\\_79071788.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_1931_79071788.pdf)

36. Основи підприємницької діяльності: Підручник / за ред. В.М. Марченко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 515 с. URL: <https://www.tkfk.te.ua/wp-content/uploads/2024/02/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE-%D0%92.%D0%9C.-%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8-%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D1%97-%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96.pdf>

37. Основи підприємництва і торгівлі: від класики до диджиталізації: Навчальний посібник / Болтянська Л.О., Завадських Г.М., Лисак О.І., Тебенко В.М. Запоріжжя : ТДАТУ, 2025. 320 с. URL: [https://elar.tsatu.edu.ua/items/829b26e7-ee1c-4a13-9587-334c5a99a635?utm\\_source=chatgpt.com](https://elar.tsatu.edu.ua/items/829b26e7-ee1c-4a13-9587-334c5a99a635?utm_source=chatgpt.com)

38. Основи підприємницької діяльності. Практикум: Навч. посіб. / В.М.

Марченко, С.О. Тульчинська, М.В. Шашина та ін. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 175 с. URL:

<http://library.megu.edu.ua:8180/jspui/bitstream/123456789/5006/1/2022-%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE-%D0%92.%D0%9C.-%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8-%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D1%97-%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96.pdf>