



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

# НАКАЗ

26 03 2024

м. Київ

№ 389

**Про затвердження Програми  
предметного тесту з економіки  
та управління єдиного фахового  
вступного випробування**

Відповідно до частин першої та другої статті 45, підпункту 26 пункту 2 розділу XV «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України «Про вищу освіту», підпункту 5 пункту 4 Положення про Міністерство освіти і науки України, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 16 жовтня 2014 року № 630 (зі змінами), Порядку проведення у 2024 році єдиного фахового вступного випробування з аграрних наук, економіки та управління, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 13 лютого 2024 року № 162, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 28 лютого 2024 р. за № 296/4164,

**НАКАЗУЮ:**

1. Затвердити Програму предметного тесту з економіки та управління єдиного фахового вступного випробування для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра на основі НРК 5, що додається.
2. Директорату фахової передвищої, вищої освіти (Шаров О.) забезпечити розміщення цього наказу на офіційному вебсайті Міністерства освіти і науки України.
3. Контроль за виконанням цього наказу покласти на заступника Міністра Винницького М.

Міністр

Оксен ЛІСОВИЙ

**ПРОГРАМА ПРЕДМЕТНОГО ТЕСТУ З ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ  
ЄДИНОГО ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ ДЛЯ ВСТУПУ  
НА ЗДОБУТТЯ СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА НА ОСНОВІ НРК 5**

**УЗАГАЛЬНЕНА СТРУКТУРА ПРЕДМЕТНОГО ТЕСТУ**

Найменування розділу	Питома вага розділу, %
1. Економіка і підприємництво	25-35
2. Бухгалтерський облік	14-18
3. Фінанси	14-18
4. Маркетинг	16-20
5. Менеджмент та публічне управління	15-25

**Когнітивні рівні, необхідні для відповіді на запитання за темою:**

Рівень А. Необхідний кваліфікаційний рівень «Знання».

Рівень В. Необхідний кваліфікаційний рівень «Знання», «Розуміння».

Рівень С. Необхідний кваліфікаційний рівень «Знання», «Розуміння», «Застосування».

Рівень D. Необхідний кваліфікаційний рівень «Знання», «Розуміння», «Застосування» та «Аналіз»/«Синтез»/«Оцінка».

**ДЕТАЛІЗОВАНА СТРУКТУРА ПРЕДМЕТНОГО ТЕСТУ**

№ з/п	Найменування розділів/тем та їх зміст	Питома вага, %	Когнітивний рівень
<b>РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО</b>		<b>25-35</b>	
<b>1.1</b>	<b>Економіка</b>	<b>11-15</b>	
1.1.1	Потреби та їх класифікація. Піраміда Маслоу. Економічні інтереси. Корисність блага та її вимір. Функція корисності. Загальна і гранична корисність. Закон спадної граничної корисності блага. Сутність раціонального вибору споживача.	0,5-1,5	В

1.1.2	Виробничі ресурси. Матеріальні ресурси (земля і капітал). Людські ресурси (праця і підприємницький хист). Проблема обмеженості ресурсів і необхідність вибору. Межа виробничих можливостей.	0,5-1,5	В
1.1.3	Виробнича функція. Продуктивність факторів виробництва. Загальний продукт. Середній продукт. Граничний продукт. Закон спадної віддачі. Економічна ефективність: розподільна та виробнича ефективність.	0,5-1,5	В
1.1.4	Постійні, змінні та загальні витрати виробництва. Середні і граничні витрати у короткостроковому і довгостроковому періодах. Постійний, зростальний та спадний ефекти масштабу виробництва. Економічні (явні та неявні) витрати виробництва. Економічний, бухгалтерський та нормальний прибуток.	0,5-1,2	С
1.1.5	Основні принципи організації ринкової економіки. Моделі ринкової економіки. Сутність і функції ринку. Види ринків: ринок товарів і послуг, ресурсні ринки, фінансові ринки. Ринкова інфраструктура.	0,5-1,5	В
1.1.6	Попит і закон попиту. Аналіз змін попиту та величини попиту. Нецінові чинники попиту. Цінова еластичність попиту. Пропозиція та закон пропозиції. Аналіз змін пропозиції та величини пропозиції. Нецінові чинники пропозиції.	0,5-1,5	С
1.1.7	Ринкова рівновага. Функції рівноважної ціни. Вплив змін попиту й пропозиції на рівноважну ціну та рівноважну кількість товару. Ринкові структури (досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, монополія) та їх ознаки.	0,5-1,5	С
1.1.8	Валовий внутрішній продукт (ВВП). Валовий національний продукт. Національний дохід. Сутність та типи (екстенсивний, інтенсивний) економічного зростання.	0,5-1,5	В
1.1.9	Особисті доходи та їх джерела. Споживчі видатки та заощадження домогосподарств. Сутність інвестування. Валові та чисті інвестиції. Мультиплікатор інвестицій.	0,5-1,5	В

1.1.10	Сукупний попит та його компоненти. Крива сукупного попиту. Нецінові чинники сукупного попиту. Сукупна пропозиція. Короткострокова і довгострокова криві сукупної пропозиції. Довгострокова і короткострокова макроекономічна рівновага.	0,5-1,5	B
1.1.11	Діловий цикл та його фази (спад, дно, піднесення, вершина). Причини економічних коливань. Інфляція: суть, причини та соціально-економічні наслідки. Індекс споживчих цін. Методи боротьби з інфляцією.	0,5-1,5	B
1.1.12	Безробіття: сутність, види (структурне, фрикційне, циклічне) та причини. Рівень безробіття. Інструменти соціальної політики. Державні соціальні стандарти (прожитковий мінімум, мінімальна заробітна плата, мінімальна пенсія).	0,5-1,5	B
1.1.13	Монетарна політика, її суть та інструменти. Фіскальна політика, її сутність та інструменти.	0,5-1,5	B
<b>1.2</b>	<b>Економіка підприємства</b>	<b>8-10</b>	
1.2.1	Підприємство як суб'єкт господарювання: сутність і напрями діяльності (маркетингова, управлінська, фінансово-економічна, виробнича, обліково-контрольна, інноваційна).	0,5-1,5	B
1.2.2	Види підприємств (за метою і характером діяльності; за формою власності; за національною належністю капіталу; за масштабами діяльності) та їх об'єднань (асоціація, корпорація, консорціум, концерн, промислово-фінансові групи, холдинги).	0,5-1,5	B
1.2.3	Персонал підприємства, категорії персоналу (керівники, службовці, спеціалісти, робітники). Продуктивність праці. Системи (тарифна і безтарифна) та форми (погодинна, відрядна) оплати праці.	0,5-1,5	B
1.2.4	Основний капітал (необоротні матеріальні активи): сутність, структура, знос, амортизація, фондівіддача, фондомісткість та фондоозброєність. Оборотний капітал (оборотні	0,5-1,5	C

	активи): сутність, видова структура, коефіцієнт оборотності та тривалість одного обороту.		
1.2.5	Нематеріальні ресурси та нематеріальні активи: сутність і види. Інвестиційні ресурси: сутність, класифікація та джерела формування.	0,5-1,5	B
1.2.6	Різновиди планів підприємства (за горизонтами планування, об'єктами, змістом, масштабністю, обов'язковістю виконання). Асортимент і номенклатура продукції. Види та принципи організації виробничого процесу. Виробничий цикл.	0,5-1,5	B
1.2.7	Виробнича потужність підприємства: поняття та види (проектна, поточна, резервна). Вихідна виробнича потужність. Середньорічна виробнича потужність.	0,5-1,5	C
1.2.8	Витрати підприємства. Групування витрат за економічними елементами (матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація, інші операційні витрати). Собівартість продукції. Кошторис загальновиробничих витрат.	0,5-1,5	C
1.2.9	Ціна одиниці продукції (послуги): сутність і функції (обліково-вимірювальна, розподільча та стимулююча). Дохід та прибуток підприємства. Ефект та ефективність діяльності підприємства.	0,5-1,5	B
<b>1.3</b>	<b>Підприємництво</b>	<b>7-9</b>	
1.3.1	Підприємництво та його ознаки (самостійна, ініціативна, творча, систематична діяльність щодо досягнення соціально-економічних результатів, яка здійснюється на власний ризик). Функції підприємницької діяльності (інноваційна (творча), соціальна, ресурсна, стимулююча, організаційна).	0,5-1,5	B
1.3.2	Суб'єкти (фізичні особи, юридичні особи) та об'єкти підприємницької діяльності за видами економічної діяльності. Організаційно-правові форми підприємництва: фізична особа-підприємець, юридична особа (одноосібне володіння, партнерство (товариство), корпорація).	0,5-1,5	B

1.3.3	Шляхи створення власної справи: створення нового бізнесу; придбання функціонуючого бізнесу; заснування на основі франчайзингу. Статутний капітал: поняття та складові.	0,5-1,5	B
1.3.4	Сутність бізнес-плану та його призначення: обґрунтування підприємницької ідеї (створення нового бізнесу, стартапу); залучення коштів; залучення інвесторів, партнерів; планування і подальший контроль реалізації.	0,5-1,5	B
1.3.5	Етапи розроблення бізнес-плану: визначення мети складання бізнес-плану; визначення структури бізнес-плану; збирання даних для кожного розділу бізнес-плану; складання бізнес-плану; експертиза і доопрацювання бізнес-плану; презентація бізнес-плану.	0,5-1,5	B
1.3.6	Розділи бізнес-плану та їх призначення: резюме; аналіз галузі та компанії; характеристика продукції (послуг); аналіз ринку; план маркетингу; план виробництва; організаційний план; фінансовий план; аналіз ризиків.	0,5-1,5	B
1.3.7	Поняття та економічний зміст показників ефективності підприємницького проєкту: грошовий потік, чиста приведена вартість (NPV), період окупності (PBP), точка беззбитковості (BEP) у натуральному вираженні.	0,5-1,5	B
1.3.8	Особистісні якості підприємця: підприємницький хист, лідерство, цілеспрямованість, вміння мотивувати людей та згуртовувати команду, відповідальність. Соціальна відповідальність бізнесу. Складові сталого розвитку (економічна, екологічна, соціальна).	0,5-1,5	B
<b>РОЗДІЛ 2. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК</b>		<b>14-18</b>	
<b>2.1.</b>	<b>Загальна характеристика бухгалтерського обліку, його предмет і метод. Бухгалтерський баланс</b>	<b>3,5-4,5</b>	
2.1.1.	Бухгалтерський облік у системі управління.	0,5-1,5	B
2.1.1.1	Сутність бухгалтерського обліку. Види бухгалтерського обліку (фінансовий та управлінський). Користувачі облікової інформації.		

2.1.1.2	Вимірники обліку (кількісні, якісні; натуральні, трудові, грошові). Основні функції бухгалтерського обліку (інформаційна, контрольна, оціночна, аналітична). Вимоги до облікової інформації.		
2.1.2.	Предмет бухгалтерського обліку, його об'єкти. Метод бухгалтерського обліку, його способи та прийоми.	0,5-1,5	B
2.1.3.	Бухгалтерський баланс, його будова і зміст. Типи господарських операцій та їх вплив на бухгалтерський баланс.	1,5-2,5	B
2.2.	<b>Рахунки бухгалтерського обліку і подвійний запис</b>	8-10	
2.2.1.	Рахунки бухгалтерського обліку: сутність і призначення. Активні та пасивні рахунки, їх будова та призначення.	1,5-2,5	B
2.2.2.	Рахунки синтетичного та аналітичного обліку, їх взаємозв'язок. Подвійний запис. Кореспонденція рахунків. Бухгалтерські проведення.	1,5-2,5	B
2.2.3.	Класифікація рахунків за економічним змістом, призначенням і структурою. План рахунків бухгалтерського обліку, його призначення і будова.	1,5-2,5	B
2.2.4.	Оборотні відомості (за синтетичними та аналітичними рахунками) та їх значення.	0,5-1,5	B
2.2.5.	Основи обліку кругообігу господарських засобів та фінансових результатів підприємства. Облік процесу постачання. Облік процесу виробництва. Облік процесу реалізації. Облік фінансових результатів підприємства.	1,5-2,5	C
2.3	<b>Документація та інвентаризація, техніка облікової реєстрації. Форми бухгалтерського обліку</b>	2-4	
2.3.1.	Вимоги щодо змісту та оформлення документів, порядок перевірки та опрацювання первинних бухгалтерських документів. Документообіг	0,5-1,5	B
2.3.2.	Інвентаризація, її значення і види. Мета, завдання та об'єкти інвентаризації. Порядок проведення та документальне оформлення інвентаризації, облік її результатів.	0,5-1,5	B
2.3.3.	Сутність облікових реєстрів, їх класифікація. Види помилок і способи їх виправлення. Форми бухгалтерського обліку.	0,5-1,5	B

<b>РОЗДІЛ 3. ФІНАНСИ</b>		<b>14-18</b>	
<b>3.1</b>	<b>Теоретичні основи фінансів</b>	<b>3,5-4,5</b>	
3.1.1	Сутність фінансів як економічної категорії. Функції фінансів (розподільна, контрольна функція).	0,5-1,5	B
3.1.2	Поняття та структура фінансової системи. Сфери фінансової системи (фінанси держави, фінанси суб'єктів господарювання, фінанси домогосподарств, фінансовий ринок, міжнародні фінанси).	1,5-2,5	B
3.1.3	Поняття фінансового механізму та його елементи (фінансове планування, фінансовий контроль, фінансове забезпечення та фінансове регулювання)	0,5-1,5	B
<b>3.2</b>	<b>Публічні фінанси</b>	<b>3,5-4,5</b>	
3.2.1	Поняття податкової системи та її склад (система оподаткування, платники податків, Державна податкова служба України).	1,5-2,5	B
3.2.2	Поняття бюджетної системи та її склад (Державний бюджет України, місцеві бюджети, зведений бюджет).	1,5-2,5	B
<b>3.3</b>	<b>Фінанси підприємств і домогосподарств</b>	<b>7-9</b>	
3.3.1	Сутність фінансів підприємств. Сутність і джерела формування фінансових ресурсів підприємств (власні, залучені та позичкові кошти).	0,5-1,5	B
3.3.2	Поняття та склад доходів і витрат підприємств. Сутність прибутку та його оподаткування. Розподіл і напрями використання прибутку підприємства.	2,5-3,5	B
3.3.3	Поняття та економічний зміст показників оцінювання фінансового стану підприємства (загальна ліквідність, ділова активність, платоспроможність, рентабельність продукції).	1,5-2,5	B
3.3.4	Сутність і функції фінансів домогосподарств. Бюджет домогосподарств. Доходи і витрати домогосподарств. Поняття заощаджень домогосподарств.	1,5-2,5	B
<b>РОЗДІЛ 4. МАРКЕТИНГ</b>		<b>16-20</b>	



<b>4.1</b>	<b>Маркетинг: характеристика, середовище функціонування, концепції</b>	<b>5-7</b>	
4.1.1	Основні поняття маркетингу: потреби (needs); запити (wants); попит; товар, послуга; споживча цінність; обмін; угода; ринок. Визначення маркетингу як функції управління.	0,5-1,5	B
4.1.2	Види ринків: ринок продавця, ринок покупця; ринок товарів для бізнесу (B2B), споживчий ринок (B2C).	0,5-1,5	B
4.1.3	Види попиту: негативний, відсутній, прихований, спадний, нерегулярний, повноцінний, надмірний, нерациональний. Види маркетингу: конверсійний, стимулюючий, розвиваючий, ремаркетинг, синхромаркетинг, підтримуючий, демаркетинг, протидіючий.	0,5-1,5	B
4.1.4	Маркетингове мікросередовище: підприємство (організація, компанія, фірма), конкуренти, споживачі, постачальники, посередники, контактні аудиторії. Чинники маркетингового макросередовища: політичні, економічні, науково-технічні, природні, демографічні, соціально-культурні.	0,5-1,5	B
4.1.5	Реальна та потенційна місткість ринку і ринкова частка фірми (абсолютна, відносна): сутність, значення.	0,5-1,5	B
4.1.6	Концепції маркетингової діяльності: - удосконалення виробництва; - удосконалення товару; - інтенсифікації комерційних зусиль (збутова); - маркетингу; - соціально-етичного маркетингу.	0,5-1,5	B
<b>4.2</b>	<b>Маркетингові дослідження</b>	<b>3,5-4,5</b>	
4.2.1	Сутність маркетингової інформації. Первинна та вторинна інформація.	0,5-1,5	B
4.2.2	Види та методи маркетингових досліджень: кабінетні (аналіз документів), польові (опитування, спостереження, експеримент).	0,5-1,5	B
4.2.3	Чинники впливу на поведінку споживачів на B2C-ринку: культурні; соціальні; особисті; психологічні. Чинники впливу на поведінку споживачів на B2B-ринку: навколишнє середовище, особливості організації, міжособові відносини.	0,5-1,5	B

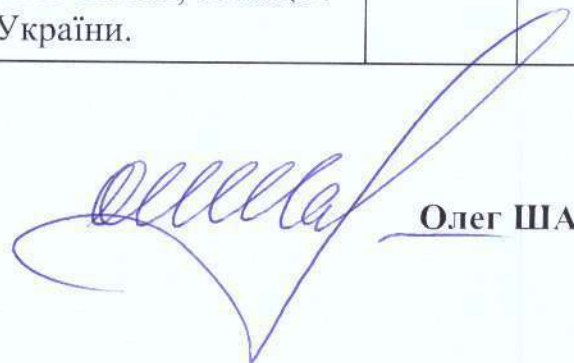
4.2.4	Сегментування ринку: поняття і характеристика сегмента (однорідність, доступність, істотність, вимірюваність, місткість, прибутковість, перспективність), мета, критерії сегментування. Поняття цільового ринку. Позичювання товарів на ринку.	0,5-1,5	B
<b>4.3</b>	<b>Комплекс маркетингу та його складові</b>	<b>7-9</b>	
4.3.1	Комплекс маркетингу: «4 P» (товар, ціна, розподіл, просування).	0,5-1,5	B
4.3.2	Поняття і цілі маркетингової товарної політики. Класифікація товарів за характером споживання: споживчі товари, товари виробничо-технічного призначення; товари тривалого користування, товари короткотермінового користування, послуги.	0,5-1,5	B
4.3.3	Маркетингова концепція трьох рівнів товару: товар за задумом, товар у реальному виконанні, товар з підкріпленням.	0,5-1,5	B
4.3.4	Поняття і графік життєвого циклу товару, характеристика його етапів: розроблення товару, виведення товару на ринок, зростання, насичення (зрілості), спаду.	0,5-1,5	B
4.3.5	Поняття маркетингової цінової політики. Класифікація цін залежно від учасників ринку та сфери товарного обслуговування: ціна виробника, оптові ціни, роздрібні ціни.	0,5-1,5	B
4.3.6	Поняття і цілі політики розподілу. Поняття каналу розподілу. Рівні каналів розподілу: нульовий, однорівневий, дворівневий, трирівневий.	0,5-1,5	B
4.3.7	Поняття маркетингової політики комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій: реклама, зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз/PR), стимулювання продажів, особисті продажі, ярмарки, виставки.	0,5-1,5	B
4.3.8	Види реклами: реклама на телебаченні; радіореклама; реклама в пресі; друкована реклама; зовнішня реклама; реклама на місці продажу; реклама в транспорті; реклама в кінотеатрі; реклама в інтернеті та соціальних мережах.	0,5-1,5	B

<b>РОЗДІЛ 5. МЕНЕДЖМЕНТ І ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ</b>		<b>15-25</b>	
<b>5.1</b>	<b>Менеджмент</b>	<b>13-17</b>	
<b>5.1.1</b>	<b>Сутність та процес менеджменту</b>	<b>2,5-3,5</b>	<b>B</b>
5.1.1.1	Менеджмент як вид людської діяльності. Суб'єкти, об'єкти менеджменту. Процес менеджменту.	0,5-1,5	B
5.1.1.2	Організація як об'єкт менеджменту. Поняття керуючої та керованої систем в організації.	0,5-1,5	B
5.1.1.3	Функціональні сфери менеджменту: операційний (виробничий), фінансовий, інвестиційний, інноваційний, маркетинговий та HR-менеджмент; стратегічний і тактичний менеджмент.	0,5-1,5	B
<b>5.1.2</b>	<b>Організація та її середовище. Рівні менеджменту в організації</b>	<b>2,5-3,5</b>	<b>B</b>
5.1.2.1	Поняття організації та її ознаки. Загальні характеристики організації: відкритість, залежність від зовнішнього середовища та постійна взаємодія з ним, ресурси, горизонтальний і вертикальний поділ праці, необхідність менеджменту.	0,5-1,5	B
5.1.2.2	Внутрішнє середовище організації. Елементи внутрішнього середовища організації: цілі, структура організації, завдання організації та її працівників, технологія, працівники.	0,5-1,5	B
5.1.2.3	Рівні менеджменту в організації (вищий, середній, низовий) та їх завдання. Менеджери вищої ланки. Менеджери середньої ланки. Менеджери низової ланки.	0,5-1,5	B
<b>5.1.3</b>	<b>Методи менеджменту</b>	<b>2,5-3,5</b>	<b>B</b>
5.1.3.1	Адміністративні методи менеджменту: організаційно-розпорядчі, оперативно-розпорядчі, дисциплінарні.	0,5-1,5	B
5.1.3.2	Економічні методи менеджменту: грошові (заробітна плата, премія, надбавка, доплата), майнові (негрошові: соціальне страхування, пільги, службове авто).	0,5-1,5	B
5.1.3.3	Соціально-психологічні методи менеджменту: - соціальні: підвищення соціально-виробничої активності, моральне стимулювання, соціальне нормування; - психологічні: гуманізація праці, психологічне спонукання, задоволення професійних інтересів.	0,5-1,5	B
<b>5.1.4</b>	<b>Функції менеджменту</b>	<b>5-7</b>	<b>B</b>

<b>5.1.4.1</b>	<b>Планування в менеджменті</b>	<b>1,5-2,5</b>	<b>B</b>
5.1.4.1.1	Сутність і завдання планування. Види планів організації: стратегічний, тактичний, операційний.		
5.1.4.1.2	Етапи процесу планування: визначення наявних проблем в організації, планування її цілей, планування засобів досягнення цілей, планування необхідних ресурсів, розробка способів впровадження планів.		
<b>5.1.4.2</b>	<b>Організування в менеджменті</b>	<b>1,5-2,5</b>	<b>B</b>
5.1.4.2.1	Сутність і завдання функції організування. Основні завдання менеджера в сфері організування: формування організаційної структури, визначення форм і методів впливу на об'єкти управління, встановлення оптимальних відносин між структурними елементами.		
5.1.4.2.2	Делегування повноважень у менеджменті: поняття, основні типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні).		
5.1.4.2.3	Види управлінської відповідальності: загальна та часткова.		
5.1.4.2.4	Сутність організаційної структури. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична.		
<b>5.1.4.3</b>	<b>Мотивування в менеджменті</b>	<b>0,5-1,5</b>	
5.1.4.3.1	Сутність функції мотивування та її основні елементи (потреба, мотив, спонукання, стимул, винагорода, цінність). Види мотивування: внутрішнє мотивування, зовнішнє мотивування.		
<b>5.1.4.4</b>	<b>Контролювання в менеджменті</b>	<b>0,5-1,5</b>	
5.1.4.4.1	Сутність функції контролювання. Основні види контролю (попередній, поточний, завершальний).		
<b>5.2</b>	<b>ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ</b>	<b>4-6</b>	
<b>5.2.1</b>	<b>Конституційно-правові засади публічного управління в Україні</b>	<b>0,5-1,5</b>	
	Конституція України як основний закон держави. Загальні засади Конституції України. Права, свободи та обов'язки людини і громадянина. Законодавча, виконавча та судова гілки державної влади.		
<b>5.2.2</b>	<b>Система органів державного управління: поняття, цілі, загальна структура</b>	<b>0,5-1,5</b>	

5.2.2.1	Верховна Рада України як єдиний орган законодавчої влади. Повноваження Верховної Ради України. Президент України як глава держави. Повноваження Президента України.		
5.2.2.2	Система органів виконавчої влади. Кабінет Міністрів України як вищий орган у системі органів виконавчої влади. Центральні органи виконавчої влади. Місцеві органи виконавчої влади загальної компетенції. Місцеві органи виконавчої влади спеціального призначення.		
<b>5.2.3</b>	<b>Система місцевого самоврядування</b>	<b>0,5-1,5</b>	
	Функції місцевого самоврядування. Представницькі та виконавчі органи місцевого самоврядування. Посадові особи місцевого самоврядування. Особливості місцевого самоврядування на рівні областей і районів. Органи самоорганізації населення. Інститут старост.		
<b>5.2.4</b>	<b>Громадське управління</b>	<b>0,5-1,5</b>	
5.2.4.1	Форми безпосереднього волевиявлення українського народу: вибори, референдуми. Інститути громадянського суспільства: громадські організації, професійні та творчі спілки, організації роботодавців, благодійні та релігійні організації.	0,3-0,5	
5.2.4.2	Стимулювання лідерів громадської думки. Мотивація населення до участі у публічних справах. Формування відповідальної поведінки населення.		
<b>5.2.5</b>	<b>Територіальна основа організації публічного управління в Україні</b>	<b>0,5-1,5</b>	
5.2.5.1	Адміністративно-територіальний устрій України та його реформування. Засади територіального устрою (за Конституцією України).		
5.2.5.2	Система адміністративно-територіального устрою України: Автономна Республіка Крим, області, райони, міста, райони в містах, селища і села. Місто Київ – столиця України.		

Генеральний директор директорату  
фахової передвищої, вищої освіти



Олег ШАРОВ