Міністерство освіти і науки України
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор НУ «Чернігівська політехніка»

_____О.О. Новомлинець

«_____»_____2023р.

ПРОГРАМА

фахового випробування вступників за освітнім рівнем «магістр»
за спеціальністю **076 «Підприємництво та торгівля»**
освітньо-професійної програми «Підприємництво,торгівля та біржова діяльність» на базі освітнього рівня «бакалавр»

РОЗГЛЯНУТО
на засіданні кафедри
підприємництва і торгівлі
протокол № 5 від 02.05.2023р.

Чернігів 2023

ЗМІСТ

1. Загальні відомості

Програма випробувань розроблена з урахуванням вимог навчального плану підготовки магістра з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля» та іншими спорідненими спеціальностями, спрямована перевірити рівень підготовки здобувачів вищої освіти за освітнім рівнем «бакалавр», висвітлює питання основних курсів, зазначає вимоги до відповідей абітурієнтів.

Фахові випробування для вступу на освітній рівень «магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля» включає такі дисципліни:

1. Бізнес-планування.
2. Захист прав споживачів.
3. Організація торгівлі.
4. Комерційна діяльність

2. Мета вступного фахового випробування

Метою вступного іспиту на рівень вищої освіти «магістр» зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» є формування контингенту здобувачів вищої освіти, найбільш здібних до успішного опанування дисциплін означеної спеціальності шляхом оцінки знань та навичок абітурієнтів за напрямами професійно-орієнтованої діяльності бакалавра.

3. Характеристика змісту програми

Програма вступних випробувань охоплює коло питань, які в сукупності характеризують вимоги до знань і вмінь особи, що бажає навчатися у НУЧП з метою здобуття освітнього рівня «магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Програма вступного іспиту за рівнем вищої освіти «магістр» зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» має інтегрований характер і включає питання з таких модулів:

Модуль 1. Бізнес-планування

Модуль 2. Захист прав споживачів

Модуль 3. Організація торгівлі

Модуль 4. Комерційна діяльність

Порядок проведення вступного іспиту визначається «Правилами прийому до Національного університету «Чернігівська політехніка» в 2023 році».

МОДУЛЬ 1. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Бізнес-планування у ринкових умовах господарювання

Роль бізнес-планування в діяльності підприємства. Функції бізнес-плану у ринковій системі господарювання. Бізнес-план як активний робочий інструмент управління. Класифікація бізнес-планів. Цілі розробки бізнес-планів. Інформаційне поле бізнес-плану. Основні джерела інформації для опрацювання бізнес-плану. Процедура опрацювання бізнес-плану для започаткування нового бізнесу. Передумови розробки високоякісного бізнес-плану. Методологія та загальні стадії бізнес-плану.

Підготовча стадія бізнес-планування

Розробка стратегії діяльності фірми на підготовчій стадії бізнес-планування. Аналіз факторів зовнішнього середовища, що впливають на бізнес-планування. Аналіз макроекономічних, галузевих та внутрішніх факторів підприємства. Розрахунок матриці конкурентного профілю. Виявлення сильних і слабких сторін підприємства по основним напрямкам його діяльності (маркетинг, виробництво, персонал, дослідження та розробки, фінанси).

Структура та логіка розробки бізнес-плану

Зміст та структура бізнес-плану, характеристика складових бізнес-плану, загрози для бізнесу та способи реагування. Логіка та етапи розробки бізнес-плану, вимоги до стилю написання та технічного оформлення бізнес-плану. Підприємства різних видів економічної діяльності в сфері бізнес-планування, їх особливість та специфіка, що враховуються при розробці бізнес-плану. Презентація бізнес-плану, цілі та завдання. Способи підвищення ефективності презентації бізнес-плану. Презентація як дієвий інструмент залучення

інвестицій.

Маркетинг-план як складова бізнес-планування

Орієнтири маркетингової діяльності фірми. Мета і завдання розробки маркетинг-плану. Логіка та етапи розробки маркетинг-плану. Сутність стратегій маркетингу підприємства. Можливі підходи до опрацювання стратегії маркетингу. Розробка стратегії збуту та реалізації продукції. Політика ціноутворення як важливий елемент стратегії маркетингу. Етапи розробки політики ціноутворення. Фінансове забезпечення плану маркетингу. Обґрунтування прогнозованих обсягів продажу продукції фірми. Сутність і пріоритети стратегії маркетингу фірми.

Виробничий план як складова бізнес-планування

Головне завдання виробничого плану як складової бізнес-планування. Виробничі аспекти бізнесу. Рольове значення плану виробничої діяльності в процесі здійснення бізнес-планування. Основні завдання виробничого плану підприємства. Зміст виробничого плану. Характеристика основних факторів зовнішнього середовища, які впливають на виробничу діяльність підприємства. Виробнича програма та техніко-технологічні особливості виробничого апарату, їх вплив на розробку виробничого плану. Складові частини виробничого плану та їх характеристика. Етапи розробки виробничого плану підприємства.

Організаційний план як складова бізнес-планування

Цілі та структура організаційного плану. Процес розроблення організаційного плану. Характеристика факторів, що впливають на вибір форми організації бізнесу. Характеристика власників бізнесу та керівників підприємства. Матриця управлінських здібностей. Організаційна схема управління підприємством. Філософія фірми щодо вирішення кадрових питань. Механізми мотивації і заохочення керівників фірми. Специфіка розробки організаційного плану.

Фінансовий план як складова бізнес-планування

Фінансовий план та його значення в системі бізнес-планування. Головна

мета фінансового плану. Особливості розробки фінансового плану, зміст, послідовність і рівень деталізації опрацювання. Основні розділи фінансового планування та їх характеристика. Фінансовий план як інструмент залучення інвесторів і кредиторів. Технологія розробки фінансового плану. Розрахунок доходів та витрат. Послідовність складання плану доходів та витрат. Прогнозування обсягів продажу товарів підприємства. Складання плану грошових надходжень і виплат. Плановий баланс підприємства, зміст та призначення, статті балансу. Очікувані фінансові коефіцієнти. Нормативні значення окремих фінансових коефіцієнтів.

Оцінка ризиків у бізнес-плануванні

Об'єктивна наявність ризику ведення бізнесу. «Оцінка ризиків» як один із важливих розділів бізнес-плану. Види можливих ризиків та причини їх виникнення. Концепція управління ризиками та її компоненти. Загальний підхід д і оцінки ризиків, виявлення ризиків. Принципи аналізу ступеню ризиків. Кількісний та якісний аналіз ризику. Врахування чинників невизначеності при оцінці проектів у бізнесі. Ціна ризику. Ризики підприємницької діяльності. Заходи для нейтралізації та мінімізації ризиків. Розробка альтернативних планів як реакція на негативні наслідки ризикової ситуації. Страхування ризиків. Самострахування та випадки його застосування. Стратегія поведінки в ризикованих ситуаціях.

Рекомендована література

1. Бізнес-планування : навч. посіб. / В.Ф. Гамалій, В.А. Вишневська, О.С. Хачатурян. – Кропивницький : ПП «Ексклюзив-Систем», 2017. – 186 с.

2. Варналій З.С., Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Білик Р.Р. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.

3. Дикань В. Л., Павліченко В. М,, Полякова О. М. Бізнес-планування: Конспект лекцій. – Харків: УкрДУЗТ, 2021. – 68 с.

4. Должанський І.З, Загорна Т.О. Бізнес-план. Технологія розробки. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 384 с.

5. Макаренко Н.М., Олійник Н.М. Бізнес-планування. Навчально-методичний посібник. Херсон : ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. 224 с.
6. Остервальдер О., Піньє І., Бернарда Г., Алан С. Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти/ пер. з англ. Р. Корнута. Київ: Наш формат, 2018. 324 с.

МОДУЛЬ 2. ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Основний зміст концепції консюмеризму і його ролі в системі ринкових відносин

Історичні етапи розвитку та формування сучасної концепції консюмеризму. Керівні принципи ООН щодо захисту прав споживачів. Розвиток руху захисту прав споживачів в Україні. Становлення та розвиток законодавства про захист прав споживачів в Україні. Державне регулювання захисту прав споживачів в Україні.

Правове регулювання захисту прав споживачів у сфері роздрібної купівлі продажу.

Правове регулювання торговельного обслуговування населення. Значення та особливості договору роздрібної купівлі-продажу. Права споживачів в разі придбання ними товарів неналежної якості. Заміна та повернення товару на вимогу споживача. Придбання товарів через інтернет. Обов'язки покупця при купівлі товарів. Права споживачів на належну якість товарів. Права споживачів на обмін товарів належної якості. Перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню).

Особливості продажу окремих груп продовольчих та непродовольчих товарів.

Правове регулювання захисту прав споживачів у сфері виконання робіт та надання послуг.

Поняття, ознаки та основні завдання сфери побутового обслуговування населення. Правове регулювання договорів про надання послуг і виконання робіт. Правила побутового обслуговування. Права споживачів у разі порушення

умов договору про виконання робіт і надання послуг.

Рекомендована література

1. Іваненко Л. М., Язвінська О. М. Захист прав споживачів : підручник / Л. М. Іваненко, О. М. Язвінська. 2-ге вид. стереотип. Київ : Юрінком Інтер, 2021. — 496 с.

2. Про захист прав споживачів. Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text.

3. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів. Постанова КМУ від 15.06.2006 № 833. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text.

4. Про реалізацію окремих положень Закону України «Про захист прав споживачів». Постанова КМУ від 19.03.1994 № 172. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/172-94-%D0%BF#Text.

5. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами. Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11.07.2003 № 185. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03#Text.

6. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами. Наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007 № 104. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text.

7. Про затвердження правил побутового обслуговування населення. Постанова КМУ від 16.05.1994 № 313. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/313-94-%D0%BF#Text.

МОДУЛЬ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

Організація роздрібної торгівлі

Загальна характеристика торгівлі як системи. Види суб'єктів торговельної діяльності. Організаційні моделі у сфері торгівлі. Види роздрібних торговців та їх характеристика. Поняття роздрібної торговельної мережі. Принципи та вимоги до організації мережі роздрібних торговців. Спеціалізація роздрібних торговців.

Будова і технологічне планування приміщення магазину. Улаштування і планування торговельних приміщень. Улаштування і планування неторговельних приміщень. Дизайн і імідж магазину.

Організація торгово-технологічного процесу та продажу товарів в магазині

Зміст торгово-технологічного процесу в магазині. Розвантаження і внутрішньо-магазинне переміщування товарів. Організація і технологія зберігання товарів у магазинах. Підготовка товарів до продажу.

Класифікація форм і методів роздрібного продажу товарів. Магазинні методи продажу товарів. Методи стимулювання продажу товарів в магазині. Фактори, які впливають на здійснення покупки.

Ефективність розташування та функціонування роздрібної торговельної мережі в регіоні. Ефективність роботи роздрібного торговельного підприємства. Ефективність використання торгового залу магазину. Культура торгівлі: складові, вимоги, показники.

Організація оптової торгівлі

Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності. Суть і завдання оптової торгівлі. Структура та інфраструктура оптової торгівлі. Види оптових підприємств та їх класифікація.

Суть оптових закупівель, їх види, планування закупівельної роботи. Форми і методи закупівель товарів у виробників. Суть, роль, завдання організації складського господарства. Класифікація товарних складів. Вимоги до будови та влаштування складів. Техніко-економічні показники використання складів.

Організація оптового торгово-технологічного процесу

Зміст і принципи організації торгово-технологічного процесу складу. Технологія розвантажування і внутрішньо-складського переміщення товарів. Організація і технологія приймання товарів на складах. Організація і технологія розміщення та зберігання товарів на складах. Управління торгово-технологічним процесом і наукова організація праці на складі.

Суть товаропостачання, зміст і основні вимоги до його організації. Джерела товаропостачання та їх вибір. Визначення потреби в товарах, точка замовлення і порядок замовлення товарів. Організація централізованого завезення товарів.

Види і роль транспорту у сфері торгівлі. Організація перевезень вантажів залізничним транспортом. Організація перевезень вантажів автомобільним транспортом.

Роль і функції тари і упаковки. Класифікація та вимоги до якості тари. Організація тарних операцій у торговельних підприємствах.

Класифікація ваговимірювального обладнання та вимоги до нього. Контрольно-касове обладнання. Торгове холодильне обладнання. Подрібнювально-різальне обладнання. Підйомно-транспортне обладнання. Торгове немеханічне обладнання. Автомати для продажу продовольчих та непродовольчих товарів. Фасувально-пакувальне обладнання у підприємствах торгівлі.

Рекомендована література

1. Аапопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Рудницький С.І., Хом’як Ю.М. Організація торгівлі: підручник; 3-тє вид./ за редакцією Апопія В.В. – К.: Центр учбової літератури, 2020.– 632с.

2. Бозуленко О.Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.

3. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. – Київ : Кондор-видавництво, 2017. – 368 с.

4. Внутрішня торгівля України: монографія / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко [та ін.]. - К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. - 864 с.

5. Власова Н.О. Економіка торгівлі: навч. посіб. / Н.О. Власова, В.А. Гросул, Н.С. Краснокутская, О.А. Круглова, М.В. Чорна, О.М. Филипенко.− Харків: Світ книг, 2016. − 473 с

6. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: зб. ситуаційних задач, тестів та кросвордів. / Н.О. Голошубова. – 2-ге вид., переробл. та допов. – К.: Київ. нац. торг. – екон. ун - т, 2016. – 280 с.

МОДУЛЬ 4. КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Характеристика комерційної діяльності, принципи і чинники її розвитку

Зміст комерційної діяльності на різних етапах впровадження ринкових відносин. Принципи, фактори, що визначають розвиток комерційної діяльності: суспільно – політичні, соціально – економічні, правові, організаційні. Особливості комерційної діяльності на ринку товарів народного споживання, послуг, цінних паперів, засобів виробництва. Соціально – економічні умови: демонополізація виробництва і сфери послуг, економічна самостійність виробників і споживачів, створення нової ринкової інфраструктури, інтеграція ринків. Торгівля як сфера комерційної діяльності. Концепція розвитку внутрішньої торгівлі України. Приватний бізнес у внутрішній торгівлі. Державне регулювання комерційної діяльності в Україні.

Суб’єкти та об’єкти комерційної діяльності на оптовому ринку.

Фізичні та юридичні особи як суб’єкти комерційної діяльності. Прості та складні організаційно – правові форми суб’єктів комерційної діяльності. Види суб’єктів комерційної діяльності. Місце і роль товарів та послуг у взаємодії елементів ринку. Ринок продавця, ринок покупця, їх взаємозалежність з об’єктом торгу. Вимоги до товару як об’єкту комерційної діяльності. Комерційна інформація про товар та її носії. Основи комерційної класифікації товарів. Конкурентоздатність товару. Характеристика особливих видів об’єктів

комерційної діяльності. Ринок послуг і передумови його формування. Специфічні риси ринку послуг.

Комерційна інформація та її захист

Поняття комерційної інформації і комерційні таємниці. Перелік відомостей, що складають комерційну таємницю підприємства. Положення про комерційну таємницю підприємства та правила її збереження. Способи забезпечення захисту комерційної інформації. Відповідальність за незаконне збирання, використання, розголошення та зберігання комерційної таємниці Роль товарних знаків у комерційній роботі.

Організаційна структура оптового ринку товарів і послуг

Оптове підприємство як основний суб'єкт комерційної діяльності на оптовому ринку, його економічні, організаційні та юридичні ознаки. Вимоги до оптових підприємств, їх завдання та функції, місце та роль у системі товаропросування. Функціональна структура оптового підприємства. Оптові організації, їх призначення, види ї роль у функціонуванні оптового ринку в системі товаропросування. Функціональні особливості діяльності оптових організацій споживчої кооперації. Комерційний апарат оптових організацій, його будова, схеми взаємодії і зовнішні організаційно - господарські зв'язки. Вплив економічного середовища на організаційно – економічну структуру і трансформацію суб'єктів комерційної діяльності на оптовому ринку.

Система зв'язків на оптовому ринку та їх правове регулювання

Механізм господарської взаємодії суб'єктів комерційної діяльності на оптовому ринку товарів і послуг: поняття, основні елементи, функції та економічні основи дії. Принципи комерційної діяльності суб'єктів оптового ринку. Організаційно-правове забезпечення господарської взаємодії комерційної діяльності на оптовому ринку товарів та послуг. Закони та підзаконні акти України щодо комерційної діяльності. Положення про поставку товарів народного споживання, договори та угоди про поставку товарів. Замовлення торгівельних підприємств і організацій на виробництво та поставку товарів, порядок їх розробки і узгодження. Проблеми і шляхи по

удосконаленню системи замовлень. Договори на поставку товарів, його види та функції. Угоди про поставку товарів та організаційно-правові особливості їх укладання між суб’єктами оптового ринку. Проблеми і шляхи удосконалення системи комерційних відносин між суб’єктами оптового ринку товарів та послуг у сучасних умовах.

Основи ведення комерційних переговорів з купівлі продажу товарів і послуг. Договір постачання.

Загальні норми ведення комерційних переговорів. Підготовка до комерційних переговорів. Порядок ведення комерційних переговорів. Оформлення результатів комерційних переговорів. Структура та зміст умов договору постачання, порядок його укладання. Відповідальність за виконання умов договору.

Ризик у комерційній діяльності

Види ризику, його сутність, місце і значущість у роботі комерційних служб суб'єктів ринку товарів та послуг. Економічні та правові аспекти комерційного розвитку. Сучасні методологічні підходи до виміру комерційного ризику, визначення меж його необхідності, виправданості та допустимості. Розрахунок комерційного ризику. Моделювання і передбачення наслідків у комерційній діяльності. Критерії і показники соціальної та економічної оцінки комерційного ринку. Особливості підготовки оцінки і прийняття комерційних рішень, пов'язаних з ризиком. Психологічні аспекти досягнення оптимальних результатів комерційних рішень.

Ефективність комерційної діяльності в оптовій торгівлі

Поняття ефективності комерційної діяльності, її суть, форми виявлення та аспекти вивчення. Сучасні підходи до проблеми виміру ефекту від комерційної діяльності на ринку товарів та послуг. Система критеріїв та показників ефективності комерційної діяльності. Методи виміру і оцінки ефективності затрат на комерційну діяльність. Тенденції, чинники /фактори/ та основні напрями ефективності функціонування комерційних служб суб'єктів оптового ринку. Стимулювання комерційної діяльності — один із вирішальних чинників її ефективності у ринковій економіці.

Рекомендована література

1. Балабан П.Ю. Комерційна діяльність: Підручник. – Х.: Світ Книг, 2018. – 452 с.
2. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємства: Навчальний посібник. – Київ. Центр навчальної літератури. 2016. –780 с.
3. Комерційна діяльність: навч. посібник: перевидання / Антонюк Я.М., Шиндировський І.М. - Львів: Магнолія, 2021. 332 с. ISBN: 978-617-574-029-3
4. Комерційна діяльність: навчальний посібник / Живець А.М., Комліченко О.О., Наконечна В.І. – К.: Гельветика, 2021 – 306 с.
5. Комерційна діяльність: навчальний посібник з дисципліни «Комерційна діяльність» / Л.Г. Филевич, Л.О. Попова, О.М. Прядко, Т.Л. Мітяєва. –. Харків: ХДУХТ, 2014. - 225 с.: іл.
6. Конспект лекцій з дисципліни «Комерційна діяльність» для молодших бакалаврів спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», денної та заочної форм навчання. / Укл.: І.Ю. Кутліна / – К.: Університет «Україна», 2021. – 98 с.

4. Вимоги до здібностей і підготовленості абітурієнтів

Успішне засвоєння навчальної програми освітній рівень «магістр» зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» потребує від абітурієнта наявності базової освіти за відповідними напрямами, а також здібностей до оволодіння знаннями, уміннями та навичками в галузі соціально-економічних та професійно-орієнтованих дисциплін.

Обов’язковою умовою є вільне володіння державною мовою. Відбір здобувачів вищої освіти для зарахування здійснюється на конкурсній основі.

5. Порядок проведення вступного фахового випробування

Формою проведення вступного іспиту на освітній рівень «магістр» зі

спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» є письмовий екзамен.

Вступні випробування охоплюють фахові предмети, які передбачені навчальними планами освітнього рівня «бакалавр» за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля» та складаються із питань з наступних дисциплін: «Бізнес-планування», «Захист прав споживачів», «Організація торгівлі», «Комерційна діяльність». Вступні випробування проводяться у вигляді письмового іспиту.

Конкурсний відбір проводиться згідно конкурсного балу, який обчислюється шляхом додавання результату фахового випробування та результатів зовнішнього незалежного оцінювання з іноземної мови.

Середній бал диплому та конкурсний бал обчислюється згідно з порядком, визначеним правилами прийому та вноситься до Єдиної бази.

6 Структура екзаменаційного білета

Завдання для вступного фахового випробування для рівня вищої освіти «магістр» на основі відповідного рівня освіти «бакалавр» включає: 20 тестових завдання з дисциплін: «Бізнес-планування», «Захист прав споживачів», «Організація торгівлі», «Комерційна діяльність» (по 10 балів кожне).

Білети мають різні варіанти завдань, приблизно однакового рівня складності.

7 Критерії оцінювання вступного фахового випробування

За результатами вступних випробувань проводиться оцінка рівня фахових знань за наступними критеріями:

Завдання	**Бали**
Тестові завдання з модуля «Бізнес-планування»	по 10 балів кожне
Тестові завдання з модуля «Захист прав споживачів»	по 10 балів кожне
Тестові завдання з модуля «Організація торгівлі»	по 10 балів кожне
Тестові завдання з модуля «Комерційна діяльність»	по 10 балів кожне
Максимальна кількість балів 200	

Загальна кількість балів визначається шляхом підсумовування балів за

виконання тестових завдань. Загалом, фахове випробування оцінюється за 200-бальною шкалою. Переведення в 5-тибальну систему проводиться шляхом ділення отриманої оцінки на 20. Особи, які отримали на фаховому вступному випробуванні менше 120 балів (2 – за п’ятибальною шкалою), не допускаються до участі в конкурсі на місця держзамовлення.

Відповідність загальної кількості набраних балів підсумковій оцінці така:

0-124–незадовільно	150-179 –добре
125-149–задовільно	180-200 –відмінно

Підсумкова оцінка визначається шляхом сумування балів за всі тестові завдання.

У випадку, коли на одне місце претендують декілька вступників з однаковим результатом іспиту, приймальна комісія враховує середній бал додатку до диплому бакалавра. Конкурсний відбір проводиться на вакантні місця ліцензійного обсягу.