

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИЙМАЛЬНА КОМІСІЯ**



ПРОГРАМА
фахового іспиту замість ЄФВВ для вступу на навчання
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі НРК6 та НРК7

галузь знань
спеціальність
факультет

освітня програма

D «Бізнес, адміністрування та право»
D5 «Маркетинг»
Міжнародної торгівлі та права
«Глобальний маркетинг»

Київ 2025

ВСТУП

Програму фахового іспиту замість Єдиного фахового вступного випробування (ЄФВВ) для здобуття освітнього ступеня магістра основі НРК6 та НРК7 здобутого освітнього ступеня бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста) розроблено на основі освітньо-професійної програми «Глобальний маркетинг» підготовки фахівців за спеціальністю D5 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти та програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування.

Фаховий іспит складається з тестової перевірки знань та умінь, що було сформовано під час здобуття освіти на СО «бакалавр».

Програма охоплює й інтегрує такі блоки знань (розділи):

1. Маркетинг.
2. Міжнародні економічні відносини.
3. Менеджмент.
4. Підприємництво.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ІСПИТУ

Розділ 1. МАРКЕТИНГ

Сучасні наукові підходи до розуміння сутності маркетингу. Еволюція концепції маркетингу. Види маркетингу. Комплекс маркетингу 4P's. Спільні риси та відмінності маркетингу, орієнтованого на внутрішній та міжнародні ринки. Рівні інтернаціоналізації маркетингової діяльності. Характеристика суб'єктів міжнародної маркетингової діяльності. Складові комплексу маркетингу для зовнішніх ринків. Чинники, що зумовлюють формування глобального попиту та глобальної пропозиції на товари та послуги. Товари глобальної природи, їх класифікація. Еволюція концепцій міжнародного маркетингу.

Поняття міжнародного маркетингового середовища, його зміст та складові. Економічні фактори макросередовища суб'єктів міжнародного маркетингу. Методичний інструментарій моніторингу економічного стану зарубіжного ринку. Політико-правові та соціокультурні фактори макросередовища суб'єктів міжнародного маркетингу: зміст, елементи.

Організація міжнародних маркетингових досліджень на підприємстві. Джерела отримання інформації про зовнішній ринок. Види міжнародних маркетингових досліджень. Міжнародні маркетингові дослідження у мережі Інтернет.

Маркетингове поняття ринку. Місткість та частка ринку. Поняття та показники кон'юнктури ринку. Критерії сегментації ділових і споживчих ринків. Модель купівельної поведінки споживача. Етапи процесу прийняття рішення про купівлю.

Комплексна оцінка конкурентних позицій підприємства на зовнішніх ринках. Методичні підходи та оцінка конкурентного потенціалу підприємства

для вибору зовнішньому ринку. Модель Хірша. Підходи до вибору зарубіжних ринків. Концепція «4-х фільтрів». Стратегії маркетингу з огляду на сегментацію міжнародних ринків. Позиціонування на зарубіжному ринку.

Маркетингова товарна політика в системі маркетингу підприємства, її зміст та завдання. Маркетингові стратегії управління асортиментом. Рівні товару. Класифікація товарів. Поняття номенклатури товарів та товарного асортименту. Характеристика маркетингової діяльності на різних етапах життєвого циклу товару. Якість та конкурентоспроможність товару. Сутність та види товарних інновацій. Управління торговими марками. Міжнародна товарна політика. Формування концепції міжнародного товару. Використання товарного знака на зовнішніх ринках.

Маркетингова цінова політика, її зміст та завдання. Категорія ціни, її історична генеза. Функції ціни в ринковій економіці. Склад і структура ціни. Класифікація цін. Фактори і методи ціноутворення. Цінові стратегії. Диференціація цінових пропозицій. Тактика ціноутворення. Роль інституційних чинників у формуванні цін на міжнародних ринках. Роль Інтернет в модернізації підходів щодо формування цін на міжнародних ринках. Стратегії міжнародного ціноутворення.

Маркетингова збутова політика, її зміст і завдання. Функції збуту. Основні типи збутових потоків. Товарорух, або маркетингова логістика. Етапи управління товарорухом. Переваги і недоліки прямого й опосередкованого збуту. Організаційна структура служби збуту на підприємстві. Поняття про канал розподілу. Характеристики каналів розподілу. Типи й характеристика посередників. Маркетингові системи розподілу: вертикальні та горизонтальні. Стратегічні концепції дистрибутивної політики: пуш-стратегії та пул-стратегії. Роль Інтернету у процесі створення нових каналів розподілу.

Сутність, цілі та завдання маркетингових комунікацій. Система і класифікація маркетингових комунікацій. Наукові підходи до оцінювання ефективності комунікацій. Поняття, ознаки та класифікація реклами. Основні різновиди носіїв реклами. Засоби стимулювання збуту, спрямовані на споживачів, торгових посередників та власний торговий персонал. Поняття та форми прямого маркетингу. Поняття, завдання та основні інструменти зв'язків з громадськістю (PR). Інструменти просування товарів на зовнішніх ринках. Міжнародна рекламна діяльність.

Поняття управління маркетинговою діяльністю. Функції управління маркетингом: інформаційне забезпечення, планування, організація та контроль маркетингової діяльності. Поняття й структура маркетингової інформаційної системи. Зовнішня та внутрішня, первинна і вторинна маркетингова інформація. Маркетингові дослідження: сутність та основні етапи. Цілі й об'єкти маркетингових досліджень. Кількісні та якісні методи маркетингових досліджень. Інструменти отримання маркетингової інформації.

Планування маркетингової діяльності: сутність, завдання, етапи, методи. Основні розділи і порядок розробки плану маркетингу підприємства. Маркетингові стратегії: сутність та класифікація. Тактика маркетингу. Організація маркетингової діяльності: сутність та принципи. Моделі

організаційних структур служби маркетингу: функціональна, товарна, ринкова, географічна, матрична. Етапи формування маркетингової організаційної структури підприємства. Контроль маркетингової діяльності. Типи маркетингового контролю: контроль виконання річних планів, контроль прибутковості, контроль ефективності, стратегічний контроль (аудит маркетингу). Методи аудиту маркетингу. Основні показники контролю ефективності маркетингу.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Міжнародний маркетинг: підручник / за ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник/ Т.М Мельник, Л.П. Кудирко, О.В. Кам'янецька, К.С. Пугачевська [та ін.] – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 450 с.
2. Мальська М., Пурська І. Міжнародна маркетингова діяльність: теорія та практика. К.: Центр учбової літератури, 2021. 288 с.
3. Армстронг Г., Котлер. Ф. Основи маркетингу. К.: Науковий світ, 2022. 880 с.
4. Іваненко Л. М. Маркетинг: навчальний посібник. / Л. М. Іваненко, О. Ю. Боєнко.- Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецьк. нац. ун-т ім. В. Стуса, 2022. 362 с.
5. Павлов К.В. Маркетинг: теорія і практика: підручник. / К. В. Павлов, А. М. Лялюк, О. М. Павлова. – Луцьк : Волиньполіграф, 2022. 408 с.

Розділ 2. МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Міжнародні економічні відносини (МЕВ) як економічна категорія. Рівні розвитку МЕВ: функціональні, економічні, географічні або територіальні, суб'єкти діяльності. Види та форми МЕВ, їх взаємозв'язок.

Світове господарство (СГ): сутність, елементи і суб'єкти, етапи формування, фактори розвитку. Типологізація країн світу. Місце окремих угруповань країн у СГ і МЕВ. Розвиток основних світових гравців: США, ЄС, Китай. Новий міжнародний економічний порядок в контексті перебудови МЕВ.

Міжнародний поділ праці (МПП) – базовий фундамент розвитку СГ і МЕВ. Історичні етапи розвитку МПП. Сучасні організаційні форми втілення МПП. Міжнародна спеціалізація виробництва. Розвиток міжгалузевої та внутрішньогалузевої спеціалізації. Міжнародна виробнича кооперація та науково-технічне співробітництво. Вплив повномасштабної збройної агресії РФ на території України на глобальні ланцюги виробництва та постачання.

Сутність, цілі, значення міжнародної економічної інтеграції (МЕІ). Передумови і фактори розвитку МЕІ в сучасних МЕВ. Форми та етапи формування міжнародних економічних інтеграційних угруповань. Статистичні та динамічні ефекти інтеграції. Регіональний характер МЕІ як її особливість. ЄС як найбільш ефективна та розвинена форма економічної інтеграції. Сутність та зародження міжнародних економічних дезінтеграційних процесів в світі. Локальна та глобальна дезінтеграція.

Міжнародна торгівля (МТ) як одна з провідних форм МЕВ. Сучасні тенденції розвитку МТ. Основні показники МТ. Види і форми МТ. Електронна торгівля в системі МЕВ. Роль інтернет – економіки та електронного бізнесу як сучасних рушіїв МЕВ.

Система регулювання МТ. Національний рівень регулювання МТ. Тарифні та нетарифні інструменти державного регулювання зовнішньоторговельних відносин. Інструменти торговельного захисту. Функції нетарифного регулювання. Інструменти прямого обмеження імпорту / експорту, стимулювання експорту. Приховані методи нетарифного регулювання.

Місце світового ринку послуг в МЕВ. Особливості послуг як товару. Секторальні ознаки розвитку міжнародних ринків послуг. Класифікація послуг в МЕВ. Регулювання МЕВ в сфері послуг. Проблеми участі України в міжнародній торгівлі послугами.

Сутність та форми міжнародного руху капіталу. Поняття та складові інвестиційного клімату. Інфраструктура міжнародного ринку капіталів. Регулювання міжнародної інвестиційної діяльності. Динаміка міжнародного руху капіталу у 21 ст.

Національні, міжнародні і світові валютні системи, їх сутність і елементи. Поняття валюти й її види. Валютний курс, його види. Валютні ринки та валютні операції. Принципи, форми та інструменти валютної політики держав з відкритою економікою. Вплив девальвації та ревальвації валюти на економічну кон'юнктуру країни. Роль платіжного балансу в регулюванні економіки країни.

Міжнародний кредит, його роль у світовій економіці, функції. Світовий грошовий ринок і ринок цінних паперів. Форми, структура і масштаби зовнішньої заборгованості. Інструменти управління зовнішнім боргом країн.

Поняття міжнародної міграції робочої сили, її економічна природа, рушійні сили й етапи розвитку. Соціально-економічні наслідки міжнародної трудової міграції. Державне і міжнародне регулювання трудової міграції. Вимушена міграція та мобільність робочої сили України в умовах воєнної економіки.

Передумови науково-технічного співробітництва (НТС). Традиційні і нові форми НТС країн світу. Вплив НТР на розвиток міжнародного НТС. Міжнародний трансфер технологій. Комерційний зміст науково-технічних відносин.

Глобалізація економічного розвитку. Рушійні сили й особливості сучасної економічної глобалізації, її головні форми. Розвиток політики неопротекціонізму. Економічна деглобалізація. Глобальні проблеми СГ і МЕВ. Формування «ідеального шторму» в світовій економіці.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Міжнародні економічні відносини : підручник / авт.: А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Л.П. Кудирко та інші; за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 611с.

2. Світова економіка та міжнародні економічні відносини: підручник / О.А. Сидоров, Н.О. Фісуненко, Т.В. Альошина; ред. П.А. Фісуненко. – Дніпро: Арт-Прес, 2023. – 400 с.
3. Міжнародні економічні відносини та світова політика. Частина 1: Навчальний посібник / Лютак О.М., Баула О.В., Галазюк Н.М., Зелінська О.М., Корольчук Л.В., Кравчук П.Я., Урбан О.А., Полянська Т.О. Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. – 324 с.

Розділ 3. МЕНЕДЖМЕНТ

Сутність та функціональні сфери менеджменту. Менеджмент як вид людської діяльності. Сутність та співвідношення категорій «управління», «менеджмент», «адміністрування», «керування». Суб'єкти та об'єкти менеджменту. Процес менеджменту: характеристика та властивості. Процес менеджменту та його властивості: неперервність; нерівномірність, циклічність, мінливість, сталість.

Функціональні сфери менеджменту: операційний, HR-менеджмент, фінансовий, інвестиційний, інноваційний, маркетинговий, стратегічний.

Організація як об'єкт менеджменту. Загальні характеристики організації: відкритість як системи, залежність від зовнішнього середовища та постійна взаємодія з ним; ресурси як умова існування; горизонтальний і вертикальний поділ праці; необхідність менеджменту як особливого виду діяльності. Поняття керуючої та керованої підсистем в організації.

Поняття та елементи внутрішнього середовища організації: цілі; структура; завдання організації та її працівників; технологія; працівники. Поняття та складові зовнішнього середовища організації. Ознаки зовнішнього середовища організації: взаємопов'язаність чинників, складність, рухомість, невизначеність. Середовище прямої дії (мікросередовище) і середовище опосередкованої дії (макросередовище). Чинники середовища прямої дії та їх вплив на функціонування: постачальники; споживачі; конкуренти; державні органи. Чинники середовища опосередкованої дії: науково-технічні; соціокультурні; політичні; стан економіки.

Управлінська праця як спеціалізований вид людської діяльності. Менеджер як фахівець, який посідає постійну керівну посаду в організації. Ознаки діяльності менеджера. Рівні менеджменту в організації та їх завдання: менеджери вищої ланки (президент і віце-президенти, директор і заступники директора); менеджери середньої ланки – керівники виробничих і функціональних підрозділів; менеджери низової ланки (майстер, бригадир, керівник групи, керівник сектора).

Поняття методів менеджменту. Різновиди методів менеджменту. Адміністративні методи менеджменту: оперативно-розпорядчі, організаційно-розпорядчі та дисциплінарні. Економічні методи менеджменту: грошові та майнові. Соціально-психологічні методи менеджменту.

Еволюція теорій менеджменту. Головні припущення: класичної теорії менеджменту, школи наукового менеджменту (Ф.В.Тейлора);

адміністративної школи (внесок А.Файоля, М.Вебера); неокласичної теорії менеджменту; школи людських ресурсів (внесок М.П.Фоллет, Дж.Е.Мейо, А.Маслоу); кількісної теорії менеджменту (внесок Р.Акоффа).

Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходів у менеджменті. Управління за процесним підходом. Функції менеджменту: планування, організовування, мотивування, контролювання. Відкрита і замкнута системи. Модель організації як відкритої системи. Спрямованість ситуаційного підходу. Поняття ситуації та головне припущення ситуаційного підходу.

Гуманізація, глобалізація та цифровізація як головні характеристики сучасного менеджменту. Віртуальний бізнес та мережеві організації.

Сутність та класифікація законів, закономірностей та принципів менеджменту. Зміст та різновиди функцій менеджменту.

Сутність та завдання функції планування в менеджменті. Система планів організації: стратегічний, тактичний та операційний план. Етапи процесу планування за Р.Акоффом. Визначення і функціональне призначення стратегічного планування: адаптація до зовнішнього середовища, внутрішня координація, усвідомлення організаційних стратегій. Етапи стратегічного планування. Місія організації та вимоги до її формулювання. Цілі організації, їх різновиди та вимоги до них (SMART): конкретність або чітка специфікація; вимірюваність; досяжність; орієнтованість на результат; орієнтованість на конкретний термін. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища. Методи оцінювання середовища функціонування організації: SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз стратегічних альтернатив (матриця BCG). Управління реалізацією стратегічного плану. Тактика, політика, процедури, правила, бюджет. Метод управління за цілями.

Функція організування та її місце в системі менеджменту. Основні процеси реалізації функції організування. Основні завдання менеджера. Форми реалізації організування: адміністративно-організаційне та оперативне управління. Складові організаційної діяльності: диференціація, поділ праці. Функціональний, технологічний, кваліфікаційний поділ праці. Горизонтальний та вертикальний поділ праці. Делегування повноважень у менеджменті: поняття, елементи, типи повноважень (лінійні, штабні, функціональні). Види управлінської відповідальності. Різновиди організаційних повноважень.

Організаційна структура як результат організаційної діяльності: рівні складності, централізації та децентралізації. Етапи та елементи проектування організаційної структури управління. Основні складові організаційної структури: ступінь складності, ступінь формалізації, ступінь централізації та децентралізації. Призначення та структура посадової інструкції. Департаменталізація та її різновиди: функціональний, продуктивний, територіальний. Вимоги до організаційної структури управління та її органіграма. Типи організаційних структур управління. лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична, мережева.

Мотивування як функція менеджменту. Зміст та цілі мотивування в менеджменті. Головні поняття мотивування: потреба, мотив, спонукання стимул, винагорода, цінність. Різновиди потреб. Види мотивування: внутрішнє та зовнішнє. Теорії мотивування: змістовні (А. Маслоу, Д. МакКлеланда, Ф. Герцберга) та процесуальні (В. Врума, С. Адамса, Л. Портера та Е. Лоулера).

Контролювання як функція менеджменту: зміст та цілі. Умови необхідності контролювання у менеджменті. Основні види контролювання: попередній, поточний, завершальний. Основні засоби здійснення попереднього контролю. Функції завершального контролю. Етапи процесу контролювання.

Зміст, принципи та цілі функції регулювання в менеджменті. Суб'єкти та об'єкти регулювання. Види регулюючого впливу в менеджменті.

Зміст та роль інформації в менеджменті. Види інформації. Зміст управлінської інформації. Види інформації за функціональним призначенням. Вимоги до управлінської інформації: точність, своєчасність (оперативність), повнота, корисність, доступність. Поняття комунікації, її види та засоби. Види комунікацій: організаційні (формальні) та міжособистісні (неформальні). Засоби комунікацій: вербальні та невербальні (візуальні; тактильні). Перешкоди в комунікаціях. Фільтри інформації, відсутність атмосфери довіри, шуми в комунікації, відсутність зворотного зв'язку, витік інформації. Поняття комунікаційного процесу. Складові сучасної моделі комунікаційного процесу.

Сутність та різновиди управлінських рішень в менеджменті. Альтернатива в прийнятті управлінського рішення. Характеристика управлінських рішень: запрограмовані, незапрограмовані, інтуїтивні, що ґрунтуються на судженнях, раціональні. Чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень: особистісні оцінки керівника, рівень ризику, час і оточення, що змінюється, інформаційні та поведінкові обмеження, негативні наслідки та взаємозалежність рішень. Зміст основних етапів прийняття управлінських рішень (за М. Месконом): діагностика проблеми, формулювання обмежень та критеріїв прийняття рішень, виявлення альтернатив та їх оцінка, остаточний вибір та зворотний зв'язок. Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень: кількісні та якісні. Характеристика загальнонаукових підходів до прийняття управлінських рішень: системний, комплексний, моделювання, експериментування.

Вплив, влада і лідерство в менеджменті. Стилі керівництва. Сутність та форми впливу в менеджменті. Джерела влади в організації. Баланс влади. Типи влади у менеджменті: примусу, винагороди, законна, експерта, еталонна. Зміст поняття лідерства в менеджменті. Підходи до лідерства: з позицій особистих якостей, поведінковий підхід, ситуаційний підхід. Теорії лідерства. Риси ефективного лідерства. Класифікація стилів керівництва (за Куртом Левінім): авторитарний, демократичний, ліберальний.

Поняття та зміст результативності та ефективності менеджменту. Показники економічної, організаційної та соціальної ефективності управління, методи їх визначення і оцінки. Критерії ефективності менеджменту.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Основи менеджменту : підручник; за ред. А. А. Мазаракі, І. В. Чумаченко. Харків. Фоліо. 2014. 846 с.**
2. Кундицький О.О. Менеджмент: навч. посібник. Львів: Магнолія-2006, 2024. 316 с. URL: <https://magnolia.lviv.ua/wp-content/uploads/2024/05/MENEDZHMENT-Kundytskyy-zmist.pdf>
3. Менеджмент для магістрів [Електронний ресурс] : навч. посібник / О.В. Прохоренко [та ін.]; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків : НТУ "ХПІ", 2024. 382 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/82228>.
4. Страпчук С. І., Миколенко О. П., Попова І. А., Пустова В. В. Менеджмент : навчальний посібник. Львів: Видавництво «Новий Світ – 2000», 2024. 356 с.
5. Шкільняк М.М, Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л., Демків І.О. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 258 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/46199/1/MenedjmentPD_B5_1.11.22.pdf

Розділ 4. ПІДПРИЄМНИЦТВО

Сутність та цілі підприємництва. Об'єкти підприємницької діяльності. Функції підприємницької діяльності, їх змістове наповнення. Вхідні бар'єри та перешкоди, пов'язані з виходом на ринок суб'єкта підприємництва. Суб'єкти підприємництва.

Види підприємництва. Виробниче підприємництво. Роль інновацій у підприємницькій діяльності. Види підприємств та їх ознаки.

Форми організації підприємницької діяльності. Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності. Вибір сфери діяльності та форми організації підприємництва. Способи створення бізнесу. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності: основні етапи. Статутний капітал: поняття та складові. Умови та процедура реєстрації суб'єкта підприємництва платником податків. Системи і принципи оподаткування підприємницької діяльності. Перевірки підприємницької діяльності. Права та обов'язки платників податків.

Планування підприємницької діяльності. Бізнес-планування: функції та принципи. Джерела інформації для розробки бізнес-плану. Призначення і склад розділів бізнес-плану. Основні показники ефективності проекту. Ефективність підприємницької діяльності. Показники ефективності використання ресурсів. Економічна сутність і розрахунок показників рентабельності. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності. Матеріальні ресурси, їх види. Основні засоби, їх види за функціональним призначенням. Матеріально-сировинні ресурси та їх склад. Нематеріальні ресурси. Трудові

* Курсивом виділені джерела, що є у бібліотеці ДТЕУ

ресурси. Форми та системи оплати праці у підприємстві. Фінансові ресурси. Види та джерела фінансових ресурсів.

Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика. Основні вимоги до соціальної відповідальності бізнесу. Ділова етика підприємця, її характерні ознаки.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Основи підприємницької діяльності : підручник / за редакцією д.е.н., проф. В. М. Марченко. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. – 515 с.
2. 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
3. *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.*

КРИТЕРІЇ

оцінювання вступного іспиту замість ЄФВВ для здобуття освітнього ступеня магістра

1. Загальні положення

Мета фахового іспиту замість ЄФВВ – оцінити відповідність знань, умінь та навичок згідно з вимогами програми фахового іспиту замість ЄФВВ.

2. Структура екзаменаційного білета

Екзаменаційний білет з фахового іспиту замість ЄФВВ складається з 50-ти закритих тестових завдань.

3. Критерії оцінювання

- Рівень знань оцінюється за 200-бальною шкалою.
- Серед відповідей на тестове завдання слід обрати одну правильну.
- Правильна відповідь на тестове завдання оцінюється у 4 бали, а неправильна – у 0 балів.
- Особи, які отримали менше ніж 100 балів, до наступних випробувань не допускаються та участі у конкурсі не беруть.