

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

**Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015**



**ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі здобутого освітнього ступеня бакалавра,
магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста)**

галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
спеціальність	073 «Менеджмент»
освітня програма	«Лакшері менеджмент і маркетинг»

Київ 2021

ВСТУП

Програму фахових вступних випробувань для здобуття ступеня вищої освіти «магістр» розроблено відповідно до стандартів вищої освіти КНТЕУ галузі знань «Управління та адміністрування» спеціальності «Менеджмент» освітньої програми «Лакшері менеджмент і маркетинг».

Фахове вступне випробування складається з тестової перевірки знань, що формують загальні та спеціальні компетентності, визначені у профілі програми спеціальності «Менеджмент» освітньої програми «Лакшері менеджмент і маркетинг».

Фахове вступне випробування проводиться з метою перевірки рівня професійних знань, умінь та навичок, здібностей для подальшого опанування ступеня вищої освіти «магістр» зі спеціальності «Менеджмент» освітньої програми «Лакшері менеджмент і маркетинг».

У програмі фахового вступного випробування містяться змістові модулі програм дисциплін, які формують загальні та спеціальні компетентності.

Програма фахового вступного випробування складається з таких розділів:

1. Менеджмент.
2. Маркетинг.
3. Готельна справа.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Розділ 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Сутність управління та менеджменту. Суб'єкт та об'єкт менеджменту. Сутність та зміст основних категорій і понять менеджменту. Менеджери і підприємці: спільні риси та відмінності.

Еволюція менеджменту. Класичні теорії менеджменту: школа наукового управління; класична школа управління; школа людських стосунків; школа виробничої демократії; школа поведінкових наук. Наукові підходи до менеджменту. Японська, американська і європейська моделі менеджменту.

Поняття функцій менеджменту. Основні (загальні) та спеціальні функції менеджменту, їх взаємозв'язок. Сутність та зміст функцій

планування і прогнозування. Функція організування. Функція координації. Функція мотивації. Регулювання як функція менеджменту. Функція контролю.

Цілі менеджменту. Вимоги до цілей. Класифікація цілей. Процес встановлення цілей.

Поняття і сутність управлінської технології. Мета, предмет і об'єкти технології управління. Види технологій управління.

Поняття управлінського рішення. Модель прийняття управлінського рішення. Технологія прийняття управлінських рішень. Методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Організаційно-розпорядчі та адміністративно-розпорядчі методи. Економічні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту.

Внутрішнє та зовнішнє середовище організацій. Характеристика елементів внутрішнього середовища, управління факторами та системами внутрішнього середовища. Економічна, організаційна, соціально-психологічна та технологічна підсистеми організацій. Характеристика ділового середовища суб'єктів, його діагностика. Характеристика елементів зовнішнього середовища. Моделі адаптації внутрішнього середовища до викликів зовнішнього середовища.

Послуги як об'єкт управління. Характерні ознаки послуг нематеріального характеру та їх вплив на систему менеджменту. Специфіка управління господарською діяльністю підприємств..

Правовий аспект менеджменту. Господарська організація як суб'єкт права. Характерні ознаки організації та підприємства як юридичної особи.

Класифікація підприємств залежно від виду та сфери діяльності; організаційно-правової форми; характеру відносин власності; належності капіталу і системи контролю; масштабів розповсюдження діяльності. Форми інтеграції підприємств. Корпоративні структури.

Малий бізнес. Стратегічні альянси. Вертикальна і горизонтальна інтеграція. Підприємницькі мережі. Франчайзинг. Контрактне управління. Концесія. Концесія. Операційні ланцюги. Девелопмент у готельному та ресторанному бізнесі.

Роль та значення управління персоналом (HR-менеджмент). Основні елементи (підсистеми) системи HR-менеджменту та їх функції. Специфіка та проблеми управління персоналом. Кадрова служба підприємства.

Організаційна поведінка персоналу. Основні етапи процесу формування та розвитку колективу. Командний менеджмент. Лідерство. Управління часом. Управління стресом.

Операційна діяльність як об'єкт управління. Особливості операційної функції підприємства.

Операційна система. Зміст управління операційною системою підприємства. Сутність, мета, завдання, елементи та принципи операційного менеджменту. Методи операційного менеджменту.

Виробничий менеджмент підприємства. Сутність та особливості функціонування виробничої системи. Характеристика циклу управління виробництвом.

Принципи та завдання управління операціями в основних структурних підрозділах підприємства. Поняття «робота» та «функції».

Проектування роботи на підприємстві. Характеристики змісту та параметрів роботи. Сприйняття змісту виконавцем роботи. Моделі проектування роботи.

Організаційна структура підприємства. Види організаційних структур. Проектування організаційних структур. Спеціалізація. Зв'язки на підприємстві. Департаментизація. Типи департаментизації. Масштаб керованості. Управлінські повноваження і відповідальність. Централізація та децентралізація. Диференціація та інтеграція підрозділів.

Поняття ефективності та результативності менеджменту. Характеристика підходів до оцінки ефективності менеджменту. Зовнішня та внутрішня ефективність менеджменту. Економічна, організаційна та соціальна ефективність менеджменту.

Розділ 2. МАРКЕТИНГ

Гене́за маркетингу як концепції. Етапи розвитку маркетингу. Сутність управлінських концепцій маркетингу. Понятійний апарат маркетингу: ринок (поняття та класифікація), потреба, попит, товари, продукція та послуги, споживча цінність, запити, бажання, вартість споживання, задоволення (функціональне і психологічне). Види маркетингу залежно від стану попиту на ринку: підтримуючий, конверсійний, синхромаркетинг, стимулюючий, ремаркетинг, протидіючий, демаркетинг. Основні елементи та комплекс маркетингу. Поняття «маркетингова суміш» (marketing-mix). Наукові підходи до розуміння основних принципів маркетингу. Визначення функцій маркетингу.

Сегментація ринку готельних та ресторанних послуг як метод визначення об'єктів маркетингової діяльності. Об'єкти та умови сегментації ринку готельних та ресторанних послуг. Етапи сегментації.

Сутність, цілі та завдання маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень в готельному та ресторанному бізнесі. Технологія та етапи проведення маркетингових досліджень.

Поняття маркетингового середовища підприємства. Завдання дослідження маркетингового середовища суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання продуктової політики суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу, її основні елементи. Продукт як інструмент комплексу маркетингу. Елементи маркетингової продуктової політики суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Структура рівнів продукту суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу: сутність основного; значення супутнього; характеристика додаткового; складові елементи в широкому значенні (доступність, фізичне середовище, взаємодія клієнтів із системою надання послуг, взаємодія клієнтів між собою, участь споживачів у системі обслуговування). Концепція життєвого циклу продукту. Крива життєвого циклу та її модифікації. Характеристика стадій життєвого циклу. Управління життєвим циклом продукту та послуг готельного та ресторанного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання цінової політики суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу, її основні елементи. Взаємозв'язок ціноутворення і конкурентоспроможність продукції та послуг суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Стратегії ціноутворення у системі маркетингу підприємства. Стратегія ціноутворення з гарантією якості продукції та послуг. Характеристики сегментів споживачів, для яких прийнятна висока ціна. Ціноутворення як фактор впливу на поведінку конкурентів.

Сутність, цілі та завдання збутової політики у системі маркетингу суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Умови функціонування систем розповсюдження у збутовій системі підприємства. Видова характеристика систем розповсюдження. Культура каналу розповсюдження та вибір схеми взаємовідносин у межах каналу. Залежність структури каналу розповсюдження від місцезнаходження суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу.

Види маркетингових комунікацій суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу: реклама; громадські зв'язки; стимулювання продажу; прямий маркетинг, в тому числі персональний продаж.

Мета й завдання реклами, її види, різновиди, рівні, форми. Особливості та значимість реклами і рекламної діяльності в готельному та ресторанному бізнесі. Характеристика основних засобів і носіїв реклами. Характеристика головних чинників, які впливають на величину та розподіл рекламного бюджету. Методи розрахунку рекламного бюджету. Формати рекламних компаній для готелів та ресторанів. PR технології готелів та ресторанів: івент-заходи, соціальні

проекти, соціальні заходи, презентації, дегустації, корпоративний блогінг, Internet PR, бенчмаркінг, кросс-маркетинг.

Формування громадських зв'язків у рекламній політиці суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу через: просування товарів і послуг, встановлення та підтримання стійких зв'язків з мас-медіа, лобіювання, консультування, спонсорство та меценатство. Інструментарій громадських зв'язків для здійснення відповідних заходів. Спонсорство та меценатство як специфічні інструменти комунікацій; історія їх виникнення, спільні риси та особливості.

Сутність та місце брендингу в маркетинговій діяльності суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Складові елементи технології брендингу. Brand book – «паспорт бренду» готелю та ресторану.

Сутність, цілі та завдання Інтернет маркетингу щодо вирішення завдань маркетингової діяльності суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Інтернет-сайт суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Digital marketing суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Інтернет-технології збуту продукту та послуг суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання прямого маркетингу суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Прямий маркетинг як форма особистого інформаційного впливу на споживача. Функції та особливості прямого маркетингу як складової системи маркетингових комунікацій. Переваги та недоліки засобів прямого маркетингу. Місце та особливості використання прямого маркетингу в діяльності суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання планування маркетингової діяльності. Місце маркетингового планування в системі управління суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Принципи маркетингового планування. Стратегічне та тактичне маркетингове планування.

Розділ 3. ГОТЕЛЬНА СПРАВА

Сутність готельних послуг у системі обслуговування різних сегментів туристів. Характеристика світових готельних брендів, особливості функціонування готелів – представників міжнародних готельних брендів в Україні.

Функціональна типізація підприємств готельного господарства. Закордонний досвід типізації підприємств готельного господарства. Фактори, що впливають на типізацію підприємств готельного господарства: місцезнаходження, основне призначення, строк перебування, режим експлуатації, рівень обслуговування,

обслуговуючий контингент, місткість, мета подорожі. Міжнародний досвід уніфікації готелів за ключовим фактором.

Функціональні вимоги до підприємств готельного господарства ділового призначення. Особливості організації спортивно-оздоровчих послуг на підприємствах готельного господарства ділового призначення. Особливості організації готелів ділового призначення у провідних готельних мережах світу та України

Характеристика особливостей сервісу у курортних готелях, як перспективного напрямку міжнародного готельного бізнесу. Функціональні особливості готелів для сімейного відпочинку. Характеристика сервісної системи спеціалізованих підприємств готельного господарства. Світовий досвід організації транзитних готелів. Креативні (атмосферні) готелі для нішевих сегментів ринку.

Готельний сервіс, як ключовий фактор оцінки рівня комфорту готелю. Особливості організації обслуговування туристів на підприємствах готельного господарства різних категорій: дослідження переліку додаткових послуг, рівня їх якості. Створення умов для різних груп туристів, визначення потреб туристів щодо портфеля послуг. Стандарти якості готельних послуг.

Основні вимоги до готелів: умови для ночівлі, організації харчування та побутового обслуговування. Уніфіковані вимоги до всіх типів готелів, їх характеристика. Особливості загальних вимог до підприємств готельного господарства, які розташовані в рекреаційних зонах і зонах відпочинку.

Характеристика основних вимог до готелів категорій від ***** до * зірок. Принципи класифікації номерів. Основні вимоги до категорій та типів номерів. Порядок встановлення категорії номера.

Сутність та значення функціональної організації приміщень. Функціональна організація приміщень залежно від місткості, типу, категорії готелю.

Характеристика основних функцій, приміщень вестибюльної групи, та їх зонування. Характеристика основних функцій, приміщень вестибюльної групи, та їх зонування. Призначення функціональних типів приміщень нежитлової групи, їх організація, обладнання та розміщення.

Глобальні системи бронювання послуг. Інформаційні технології в організації функціонування підприємств готельного господарства. Мобілізація ринку готельних послуг за допомогою інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків для бронювання готельних послуг. Організація роботи служби прийому і розміщення в готелі (Front office, Back office), відділу бронювання (Reservation Department),

службовці бізнес-центру (Business Center), персонал об'єднаної сервісної групи (обслуговуючий персонал в уніформі = відділ порт'є). Системи он-лайн бронювання готельних послуг. Основні вимоги до організації прийому й обслуговування туристів у готелях України та світу. Правила прийому та розміщення туристів у готелях. Система бронювання і резервування місць у готелях: OPERA, Fidelio, Epitome PMS, ProHotel, B52, SuperHotel.

Організація роботи служби консьєржів (Concierge) готелю.

Організація служби хаускіпінгу у житловій та нежитловій групі приміщень в готелях різних типів та категорій. Організаційна діяльність представників служби: заступник (Assistant Housekeeper); помічники керівника служби або старші покоївки (HISKP Supervisors), штат покоївок (Chambermaids); персонал пральні-хімчистки (Laundry / Dry Cleaning Service) і персонал білизняної (Linen Room).

Сутність технологічного процесу виробництва готельних послуг – «прибуття – проживання – виїзд».

Технологічні цикли клінінгових операцій: сезонне, генеральне, поточне, проміжне. Основні вимоги до поведінки обслуговуючого персоналу при проведенні прибиральних робіт. Організація роботи готелів за принципом «Green Key». Сутність та зміст системи контролю якості клінінгових робіт в готелі.

Організація обслуговування туристів у закладах рекреаційного призначення за концепцією «all inclusive». Організація роботи SPA та велнес-центрів у готелях курортного типу.

Організація роботи служби обслуговування (Guest relation) готелю та служб додаткових і супутніх послуг (Additional Sendees).

Організація роботи адміністративно-управлінської служби (Administration Department), що включає в себе: секретаріат (Executive office), розрахункову частину (Controlling Department = Accounting Department), відділ кадрів (Human Resources Department = Personal Department). Організація комерційної служби (Sales and Marketing Department) та відділу по зв'язках з громадськістю (Public Relations) і пресою.

Завдання, зміст і основні напрями організації діяльності допоміжних служб готелів. Організація інженерно-технічної служби (Technical Department). Функції система безпеки та служби security service

Сутність професійних компетентностей персоналу різних підрозділів готелю: адміністративно-управлінської, служби прийому і розміщення, служби обслуговування, служби матеріально-технічного забезпечення, технічних підрозділів, служби безпеки. Вимоги до

персоналу як один із важливіших критеріїв, що визначають категорію підприємств готельного господарства. Принципи організації робочих місць працівників залежно від їх функцій та виробничих завдань.

Правила складання та види графіків виходу на роботу працівників. Особливості режиму робочого часу в підрозділах готелю.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

До розділу 1. «Менеджмент»

1. Бутко М. Міжнародний менеджмент : підруч. / М.Бутко, І.Бутко. – Київ : Центр навч. літ., 2018. – 412 с.
2. Джулі Чжо Становлення менеджера. Що робити, коли всі чекають від вас вказівок. Видавництво Book Chef. 2020. – 367 с.
3. Ден Кеннеди Безжальний менеджмент та ефективність людських ресурсів. Видавництво: Фабула. 2019. 456 с.
4. Капінос Г.І. Операційний менеджмент : навч. посіб. / Г.І. Капінос, І.В. Бабій. – Київ : Центр навч. літ., 2013. – 352 с.
5. Кудла Н.Є. Менеджмент підприємства готельно-ресторанного бізнесу / Н.Є. Кудла. – Київ : Знання, 2012. – 343 с.
6. Кузьмін О.Є. Менеджмент: графічна і таблична візуалізація: навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, І.С. Процик, С.Б. Романишин, Р.З. Дарміць. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 196 с.
7. Кузьмін О.Є. Менеджмент: навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г. Мельник, О.Р. Саніна. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 240 с.
8. Левченко М.М. Менеджмент у ресторанному господарстві : навч. посіб. / М.М. Левченко. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 256 с.
9. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Мельниченко С.В. та ін. HoReCa : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: у 3-х т. т.2 : Ресторани / за ред. А.А.Мазаракі; авт.: А.А.Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 311 с.
10. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Мельниченко С.В. та ін. HoReCa : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: у 3-х т. т.1 : Готелі / за ред. А.А.Мазаракі; авт.: А.А.Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 346 с.
11. Мальська М. П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2014. - 472 с.
12. Назарчук Т.В. Менеджмент організацій: навч. посіб. / Т.В. Назарчук, О.М. Косіюк – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 560 с.

13. Основи менеджменту : підручник / [С.І. Бай, С.В. Мельниченко та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Харків : Фоліо, 2013. – 1406 с.
14. Основи менеджменту : підручник / С.І. Бай, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Харків : Фоліо, 2014. – 846 с.
15. Осовська Г.В. Менеджмент: підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський – вид. 4-е, перероблене і доповнене. - К.: Кондор-Видавництво, 2015. - 563 с.
16. Kinni T. Be Our Guest: Revised and Updated Edition: Perfecting the Art of Customer Service (The Disney Institute Leadership Series), Kindle eBook, 2011 – 224 p.
17. M, Humler H. The Heart of Hospitality: Great Hotel and Restaurant Leaders Share Their Secrets : Kindle Edition, 2016, – 192 p.

До розділу 2. «Маркетинг»

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: Навч. посібник Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
2. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації : монографія / Т.В. Дубовик – К. : КНТЕУ, 2014. – 331 с.
3. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Мельниченко С.В. та ін. HoReCa : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: у 3-х т. т.1 : Готелі / за ред. А.А.Мазаракі; авт.: А.А.Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін. – 2-ге вид., виправл. і допов. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 411 с. – Бібліогр.: с. 407-411.
4. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Мельниченко С.В. та ін. HoReCa : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: у 3-х т. т.2 : Ресторани / за ред. А.А.Мазаракі; авт.: А.А.Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 311 с.
5. Маркетингові комунікації : навч.посіб. для студентів / [П.В. Захарченко та ін.]. К. : КНУБА, 2016. – 151 с.
6. Ортинська В.В., Мельникович О.М. Маркетингові дослідження: Підручник для студентів вищих навч. закладів за спеціальністю "Маркетинг"/ В.В. Ортинська, О.М. Мельникович - К.:КНТЕУ, 2012.- 376с.*
7. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика : навч. Посіб. Для студ. Вищ.навч.закл. / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 238 с.
8. Полтораки В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / В.А. Полтораки, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. – К.: Центр навчальної літератури. – 2013. – 417 с. (Гриф МОНУ).*
9. Соціально-етичний маркетинг: монографія / А.А. Мазаракі, С.В.

Ромат, Г.В. Алданькова, ін. та ; за ред.. А.А. Мазаракі та Є.В. Ромата. – Київ : КНТЕУ, 2013. – 327 с.

10. Сухорська У.Р. Маркетингова політика розподілу : навч. Посіб. / Сухорська У.Р., Щербань В.М. – Л. : Вид –во Львів. Комерц. Акад., 2015. – 383 с.

Інтернет-джерела

11. Журнал «Готельний та ресторанний бізнес» : – Режим доступу: <http://www.hotelbiz.com.ua> – електронний.

12. Журнал «Ресторанний консалтинг» : – Режим доступу: <http://www.recon.com.ua>.

13. Журнал «Готельєр & Ресторатор» : – Режим доступу: <https://vv-hotel.com/ua>.

14. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>

15. Американська асоціація маркетингу: [офіційний сайт]. – Режим доступу: <http://www.marketingpower.com>

До розділу 3. «Готельна справа»

1. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Електронний підручник –К.: Київ. нац. торг. – екон. ун – т, 2015. – 494 с.

2. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві [Текст] : підруч. / О. Ю. Давидова ; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. - 487 с.

3. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Вид. 3-ге, перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 472 с.

4. Розметова О.Г. Організація готельного господарства: Підручник /О.Г.Розметова, Т.Л.Мостенська, Т.В.Влодарчик. – Кам'янець-Подільський: Абетка – ФОП Сисин О.В., 2014. - 432 с.

5. НоReCa : навч. посіб.: у 3 т. - Т.1. Готелі (2-вид.) / за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 426 с.

КРИТЕРІЇ

оцінювання знань на вступному фаховому випробуванні для здобуття освітнього ступеня магістра

1. Загальні положення:

Мета фахового випробування – оцінити відповідність знань, умінь та навичок вступників згідно з вимогами програми вступного фахового випробування.

2. Структура екзаменаційного білета:

Екзаменаційний білет з фахового випробування складається з 50-ти закритих тестових завдань.

3. Критерії оцінювання:

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