

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОГРАМА

вступного **фахового** випробування для здобуття
освітнього ступеня «**Бакалавр**» за спеціальністю

075 «Маркетинг»

на основі ОКР «Молодший спеціаліст», ОПС «Фаховий молодший бакалавр»,
ОС «Молодший бакалавр»

Розглянуто і схвалено

Вченою радою ЛНАУ

Протокол № 6 від 23 березня 2021 р.

Дубляни 2021

Програма вступного фахового випробування для осіб, які на основі ОКР «Молодший спеціаліст», ОПС «Фаховий молодший бакалавр», ОС «Молодший бакалавр» вступають для здобуття ОС «Бакалавр», базується на знаннях, отриманих при вивченні наступних дисциплін:

МАРКЕТИНГ

Маркетинг у системі управління підприємством. Маркетинг як основна функція бізнесу. Місце маркетингу в системі управління підприємством. Суть і роль маркетингу в сучасній економіці. Історія та концепції розвитку маркетингу. Основні види маркетингу. Внутрішні та зовнішні фактори маркетингу. Проблемні питання сучасного маркетингу

Маркетингові дослідження. Сутність маркетингових досліджень. Етапи процесу маркетингового дослідження. Структура та процес маркетингових досліджень. Основні сфери маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження ринку. Маркетингова інформаційна система. Управління маркетинговими дослідженнями й оцінкою ринкових можливостей підприємства. Дослідження поведінки споживачів. Дослідження ринків. Аналіз ринкових можливостей і вибір цільових ринків підприємства. Маркетингові дослідження через Інтернет. Суть маркетингового середовища, його основні елементи. Суть та особливості бенчмаркінгу. Основні види бенчмаркетингу.

Дослідження та аналіз ринків. Поняття, економічний зміст та класифікація ринків. Структура ринку. Основні складові інфраструктури ринку. Ознаки та класифікація ринків. Механізм функціонування ринку. Кон'юнктура ринку, характерні риси та показники визначення. Попит і пропозиція: суть, значення, особливості. Основні концепції визначення попиту та методи його оцінки. Поняття комплексного дослідження ринку. Позичування товару на ринку. Прогнозні дослідження збуту. Сегментування і сегмент ринку. Основні принципи сегментації. Стратегії охоплення ринку. Позичування товару на ринку.

Маркетингова товарна політика. Суть маркетингової товарної політики. Класифікація товарів, його рівні. Товарні марки, бренди. Види упаковки, проблеми використання упаковки. Сутність сервісного обслуговування. Поняття ЖЦТ, основні етапи. Конкурентоспроможність продукції та її оцінка. Управління якістю продукції та послуг в системі маркетингу. Інновація в товарній політиці.

Маркетингова цінова політика. Управління ціноутворенням. Суть маркетингової цінової політики підприємства. Теорія ціноутворення. Алгоритми маркетингового розрахунку цін. Встановлення цін на товари. Управління цінами, ціноутворення, орієнтоване на маркетинг. Ініціювання зміни цін і реакція на цінові зміни.

Управління комплексом маркетингових комунікацій. Сутність маркетингової політики комунікацій. Комунікативні стратегії. Розробка й реалізація комплексу маркетингових комунікацій. Історія виникнення реклами. Роль реклами в стратегії маркетингу. Стимулювання збуту: сфери, форми, особливості.

Організація пропаганди. Персональний продаж: особливості, переваги і недоліки. Заходи на стимулювання збуту. Планування заходів зі стимулювання збуту.

Маркетингова політика розподілу. Управління маркетинговими каналами розподілу товарів. Роль маркетингових каналів, створення каналів розподілу. Управління каналами розподілу. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу. Організація розподілу товарів. Система товарного розподілу. Конкуренція в каналах розподілу. Управління товарним рухом. Система оптової і роздрібно торгівлі. Організація й контроль маркетингової діяльності підприємства. Принципи та сутність контролю маркетингової діяльності. Система та процес контролю. Маркетингові організаційні структури управління. Аналіз маркетингової діяльності, її суть і мета. Ризики в маркетинговій діяльності підприємства.

МЕНЕДЖМЕНТ

Сутність менеджменту. Поняття менеджменту. Передумови менеджменту. Рівні управління. Рівень управлінської майстерності менеджера. Наукові підходи до управління.

Зовнішнє та внутрішнє середовище організації. Поняття організації. Внутрішнє середовище організації. Ціль, структура організації, завдання, технологія, персонал. Поняття та характеристики зовнішнього середовища організації. Фактори прямого впливу. Зовнішні фактори непрямого впливу.

Комунікації в менеджменті. Комунікаційний процес. Міжособистісні комунікації. Організаційні комунікації. Інформація як матеріал комунікацій та її види.

Розробка й ухвалення управлінських рішень. Сутність і класифікація управлінських рішень. Суб'єкт, об'єкт, предмет рішення. Розподіл видів управлінських рішень за рівнями управління. Процес прийняття управлінських рішень. Індивідуальні та групові методи прийняття рішень. Організація та контроль виконання рішення.

Функція планування. Планування як функція менеджменту. Принципи планування. Тактичні плани. Оперативні плани. Стратегія. Стратегічне планування. Процес стратегічного планування. Класифікація стратегій. Місія організації та її компоненти. Вимоги до цілей. Тактика та процедури планування діяльності підприємства.

Функція організація діяльності. Фази організаційного процесу. Організація як функція управління. Поняття організаційних структур. Ланка управління. Рівень управління. Класи організаційних структур. Бюрократичні (ієрархічні) організаційні структури. Адаптивні (органічні) організаційні структури.

Функція мотивації. Поняття мотивації та її зміст. Потреби як основа мотивації. Первинні та вторинні потреби. Ієрархія потреб А. Маслоу. Види мотивації. Механізми мотивації та їх ефективність.

Функція контролю. Сутність і зміст контролю. Процес контролю. Характеристика ефективного контролю. Стратегічна направленість контролю.

Керівництво та лідерство. Влада, вплив і лідерство. Якості лідера. Напрями прояву лідерства в системі управління. Форми влади та впливу. Переконавання і участь. Авторитарний, демократичний і ліберальний типи керівників. Шляхи вдосконалення керівництва колективом.

Управління конфліктними ситуаціями. Природа конфлікту в організації. Причини конфліктів. Суб'єкти, об'єкт і предмет конфлікту. Динаміка виникнення та розвитку конфлікту. Способи розв'язання конфліктів. Стреси та причини їх виникнення.

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство як суб'єкт господарювання. Поняття й характерні риси підприємства, основні види його діяльності. Нормативно-правові основи функціонування підприємств. Види підприємств, їх характеристика. Роль і місце підприємств у структурованому ринковому середовищі. Об'єднання підприємств, їх ознаки, види й особливості господарювання.

Персонал підприємства. Поняття персоналу, його класифікація та характеристика за професійно-кваліфікаційною ознакою. Визначення чисельності окремих категорій працівників на підприємстві. Показники руху персоналу. Кадрова політика підприємства. Оцінка персоналу.

Продуктивність, мотивація й оплата праці. Продуктивність праці персоналу: сутність, методи визначення та чинники зростання. Мотивація праці, її зміст, види й методи. Система організації оплати праці на підприємстві. Форми та системи оплати праці. Структура заробітної плати: основна, додаткова заробітна плата, інші заохочувальні та компенсаційні виплати. Організація преміювання на підприємстві.

Капітал і виробничі фонди підприємства. Загальна характеристика капіталу виробничих фондів, їх склад і структура. Амортизація і знос основних фондів. Показники ефективності використання основних фондів. Напрямки підвищення ефективності використання основних виробничих фондів підприємства.

Нематеріальні ресурси й оборотні кошти підприємства. Поняття нематеріальних ресурсів, їх види та характеристика. Поняття, склад і структура оборотних коштів підприємства, джерела їх формування. Особливості нормування оборотних коштів на підприємстві. Оцінка ефективності використання оборотних коштів і напрямки підвищення ефективності їх використання. Поняття нематеріальних активів, їх оцінка. Амортизація нематеріальних активів.

Інноваційно-інвестиційна діяльність підприємства Поняття інвестиційних ресурсів, їх види та джерела формування. Поняття інвестиційних проєктів, оцінка їх ефективності. Зміст, види й напрямки інноваційної діяльності. Особливості державного регулювання інноваційної діяльності. Суб'єкти здійснення інвестиційної діяльності. Поняття ризику при здійсненні інвестиційної діяльності підприємства. Об'єкти й суб'єкти інноваційної діяльності.

Система планування на підприємстві. Сутність планування, його види й особливості організації на підприємстві. Поточний план діяльності підприємства, його зміст і структура. Суть, завдання та зміст оперативного-виробничого планування на підприємстві. Сутність і завдання стратегічного планування на підп-

приємстві. Сутність, значення й завдання тактичного планування. Види й системи оперативно-виробничого планування. Суть і значення бізнес-планування на підприємстві.

Організація виробництва та його обслуговування. Виробничий процес і принципи його організації. Типи виробництва та їх техніко-економічна характеристика. Методи організації виробництва. Виробнича потужність підприємства, її види. Форми організації виробництва. Виробничий цикл і його структура. Шляхи підвищення рівня використання виробничих потужностей.

Продукція: сутність, різновиди й конкурентоспроможність. Сутність і види продукції. Показники й методи оцінювання якості продукції. Конкурентоспроможність продукції. Стандартизація та сертифікація продукції. Державний нагляд за якістю та внутрішньовиробничий технічний контроль.

Витрати підприємства й ціноутворення. Поняття витрат, їх класифікація. Собівартість продукції та її структура. Методи калькулювання собівартості. Поняття, значення та види цін. Структура роздрібної ціни. Управління витратами на підприємстві. Цінова політика підприємства.

Результативність діяльності підприємства. Поняття доходу, його значення. Види доходів. Порядок формування прибутку підприємства. Класифікація видів прибутку. Рентабельність підприємства. Основні напрямки підвищення ефективності діяльності підприємства в ринковому середовищі. Планування фінансової діяльності. Основні джерела фінансування діяльності підприємства.

Антикризова діяльність підприємства. Економічна безпека підприємства. Реструктуризація та санація (фінансове оздоровлення) підприємства. Банкрутство та ліквідація підприємства. Системна класифікація безпеки підприємства. Види реструктуризації підприємства. Умови оголошення підприємства банкрутом.

ТОВАРОЗНАВСТВО

Вступ до товарознавства. Поняття товарознавства. Предмет і мета товарознавства. Виникнення й етапи розвитку товарознавства. Значення товарознавства у вирішенні соціально-економічних завдань у сучасних ринкових умовах. Принципи товарознавства.

Теоретичні основи формування потреб і споживання товарів Сутність потреб та їх класифікація. Типологія споживачів, сегментація ринку товарів і позиціонування товару на ринку. Класифікація вимог до товару. Утилітарні вимоги до товарів, їх характеристика. Соціальні й естетичні вимоги до товарів. Вимоги до надійності товарів.

Споживні властивості непродовольчих товарів Характеристика властивостей непродовольчих товарів. Особливості формування натуральних властивостей товарів і їх характеристика. Кількісна характеристика товарів. Фізичні властивості товарів. Властивості, що характеризують надійність товару. Ергономічні властивості товарів. Естетичні властивості товарів. Зростання ролі безпеки товарів у сучасних умовах розвитку суспільства. Екологічні властивості товарів.

Споживні властивості продовольчих товарів. Характеристика властивостей продовольчих товарів. Хімічний склад і структура харчових продуктів. Загальна характеристика споживних властивостей продовольчих товарів. Функціональні властивості продовольчих товарів.

Якість товарів. Сутність поняття «якість товару». Зміст і методи оцінювання рівня якості продукції. Доброякісність і недоброякісність товарів. Конкурентоспроможність товарів, її сутність і методи розрахунку.

Характеристика товарного асортименту та номенклатури товарів. Види та характеристики асортименту товару. Особливості товарної номенклатури. Основні показники асортименту товару. Управління асортиментом товару підприємства. Фактори формування асортиментом товарів підприємства.

Зберігання товарів під час товароруху. Теоретичні основи зберігання товарів у сфері обігу. Наукові принципи зберігання. Режими зберігання товарів. Зберігання товарів під час товароруху.

Стандартизація та сертифікація продукції та послуг. Сутність і основні категорії стандартизації. Види стандартів в Україні. Сертифікація та її види. Міжнародні організації зі стандартизації та знаки відповідності продукції.

Засоби товарної інформації. Інформація про товар: визначення, функції та класифікація. Засоби товарної інформації. Маркувальна інформація товарів. Інформаційні знаки. Експлуатаційно-супроводжувальна інформація. Товаро-супровідні документи.

ОСНОВИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Зміст і розвиток торговельної діяльності. Торгівля як галузь народного господарства, її роль, значення, мета, функції й особливості розвитку в умовах ринкових відносин. Види торгівлі, етапи торговельно-технологічних процесів магазину, їх характерні особливості. Обов'язки продавця, вимоги до його особистих якостей.

Форми торгівлі. Органи контролю. Форми торгівлі в залежності від форм власності й організаційно-правових форм господарювання, їх особливості. Органи контролю в торгівлі: державний і громадський, види служб, їх функції. Мета та вимоги до проведення, заходи щодо покращення торгівлі товарами повсякденного попиту.

Види роздрібно-торговельної мережі. Форми та методи роздрібного продажу товарів. Напрямки розвитку роздрібно-торговельної мережі на сучасному етапі. Принципи розміщення роздрібно-торговельної мережі, її види. Типізація та спеціалізація роздрібно-торговельної мережі в сучасних умовах. Сучасні великоформатні торговельні комплекси, їх особливості: супер- та гіпермаркети, торгові центри, торгово-розважальні центри. Типи магазинів за асортиментом товарів, за методами продажу. Форми та методи роздрібного продажу товарів, їх відмінні особливості. Застосування нових технологій у процесі продажу товарів.

Приймання товарів. Організація, правила та порядок приймання товарів від постачальників і від матеріально відповідальних осіб. Нормативні та супро-

відні документи, їх використання та порядок оформлення. Правила приймання товарів за кількістю та за якістю. Особливості приймання окремих груп продовольчих товарів у магазині. Організація, правила, порядок розміщення товарів на зберігання.

Підготовка товарів до продажу. Значення попередньої підготовки товарів до продажу, основні операції, які виконують при підготовці. Особливості підготовки до продажу окремих груп продовольчих товарів із дотриманням санітарно-екологічних вимог, правил безпеки. Види пакувальних матеріалів, їх особливості та призначення. Підготовка пакувального матеріалу.

Підготовка й організація робочого місця продавця, розміщення та викладка товарів. Поняття про робоче місце, значення правильної його організації, вимоги до його організації, порядок організації на основі наукового підходу та дизайну. Утримання робочих місць у санітарному стані. Правила розміщення та викладки товарів на робочому місці продавця та торговому залі магазину самообслуговування. Інтер'єр торгового залу. Особливості розміщення та викладки окремих груп продовольчих товарів з урахуванням споживчого попиту, зручностей у роботі, товарного сусідства, дизайну.

Організація та правила процесу продажу товарів і правила торговельного обслуговування покупців. Значення правильної організації процесу продажу товарів. Основні правила роботи магазинів і порядок заняття торговельною діяльністю. Правила застосування реєстраторів розрахункових операцій. Загальні правила продажу продовольчих товарів. Правила обміну та повернення продовольчих товарів належної та неналежної якості. Терміни придатності товарів. Санітарні правила продажу товарів. Правила продажу окремих груп продовольчих товарів. Правила продажу алкогольних напоїв і тютюнових виробів. Елементи процесу продажу товарів і технологія обслуговування покупців.

КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Загальні основи комерційної діяльності. Суть і зміст комерційної діяльності. Чинники, що впливають на розвиток комерційної діяльності. Поняття суб'єкта комерційної діяльності. Види суб'єктів комерційної діяльності. Суть і особливості організаційно-правових форм господарювання юридичних осіб.

Структура комерційних служб підприємств та їх основні функції. Основні елементи організації комерційної діяльності. Організаційні структури комерційних служб підприємства та координація їх діяльності. Основні аспекти формування організаційної структури комерційних служб. Технічні й економічні фактори, що впливають на організаційну структуру комерційних служб. Організаційна структура відділів збуту, маркетингу та матеріально-технічного забезпечення.

Планування матеріального забезпечення підприємства. Розробка плану постачання промислового підприємства, баланс матеріально-технічного забезпечення. Вивчення ринку та розробка стратегії забезпечення підприємства сировиною та матеріалами. Прямі та непрямі методи вивчення ринку сировини й матеріалів.

Організація господарських зв'язків і вибір потенціального постачальника. Розробка плану закупівель матеріальних ресурсів. Методи встановлення потреби в матеріальних ресурсах. Заготівельна політика, функціональні можливості матеріалу, вартісний аналіз. Ліміт відпуски матеріалу, норми й нормативи витрати матеріальних ресурсів. Критерії вибору постачальника. Ціна матеріальних ресурсів. Основні форми розрахунків при закупівлі матеріальних ресурсів.

Комерційна діяльність зі збуту продукції підприємства. Форми й порядок розрахунків підприємств зі своїми контрагентами. Платіжні доручення. Сегментування ринку. Розробка каналів збуту та пошук потенціальних клієнтів. Планування збуту продукції.

Організаційні форми комерційно-посередньої діяльності. Посередницька діяльність юридичних осіб. Необхідні умови посередницької діяльності. Науково-інформативні ресурси та прибутковість комерційно-посередньої діяльності.

Основні принципи та зміст стратегічного планування торгівельно-посередньої фірми. Внутрішньофірмове планування. Система довгострокового планування. Основні принципи й етапи стратегічного формування комерційно-посередньої діяльності. Основні завдання оптово-посередницької фірми на перспективу. Диверсифікація напрямків посередницької діяльності підприємства. Оперативний бізнес-план. Ціноутворення в збутовій діяльності. Ризики в комерційній діяльності.

Роль посередників у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Міжнародні комерційні операції. Суб'єкти й об'єкти міжнародних комерційних операцій. Основні та забезпечувальні міжнародні комерційні операції.

Основні показники ефективного розвитку комерційної діяльності торгівельно-посереднього підприємства. Прибуток підприємства. Ефективність комерційної діяльності. Формування кінцевих результатів і ефективності комерційної діяльності. Економічний ефект. Соціальний ефект. Локальний ефект. Критерії та показники ефективності комерційної діяльності. Показники ефективності використання основних засобів і товарних ресурсів.

Рекомендована література:

1. Апопій В. В., Міщук І. П. Організація торгівлі : підручник, 3-тє вид. / за редакцією Апопія В. В. К. : Центр учбової літератури, 2009. 632 с.
2. Балабан П. Ю., Балабан М. П., Міт'яєва Т. Л., Міхайленко О. М., Попова Л. О., М. М. Хурса. Комерційна діяльність : підручник / За ред. проф. П. Ю. Балабана. Х. : Світ Книг, 2015. 452 с.
3. Бойчик І. М. Економіка підприємства : підручник. К. : Кондор-Видавництво, 2016. 378 с.
4. Бородіна Н. О. Маркетинг : навч. посібник. К. : Кондор, 2014. 362 с.
5. Бутко М. П. Виробничий менеджмент : підручник. К. : ЦУЛ, 2015. 400 с.
6. Войчак А. В., Федорченко А. В. Маркетингові дослідження : підручник / За наук. ред. А. В. Войчака. К. : КНЕУ, 2012.

7. Економіка підприємства : навч. посіб. / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. 2-ге видання. К. : Центр учбової літератури, 2010. 488 с.
8. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : підручник [для студ. вищ. навч. закл.]. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 680 с.
9. Грибик І. І. Економіка та управління підприємством: теорія і практика : навч. посіб. К. : Ліра-К, 2014. 428 с
10. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погріщук. К. : Центр учбової літератури, 2010. 304 с.
11. Діброва Т. Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика : навчальний посібник. К. : «Видавничий дім «Професіонал», 2009. 320 с.
12. Діденко В. М. Менеджмент : підручник. Київ : Кондор, 2008. 582 с.
13. Економіка підприємства : навч. посібник / В. В. Козик, О. Ю. Ємельянов, О. Я. Загорецька., В. М. Мельник, О. І. Гудзь. Львів : Вид-во «Простір-М», 2017. 406 с.
14. Корж М. В. Маркетинг : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 344 с.
15. Маркетингова цінова політика : навчальний посібник / В. Л. Корінев, М. Х. Корецький, О. І. Дацій. К. : Центр учбової літератури, 2007.
16. Маркетингова товарна політика. Третє видання, доповнене і перероблене / Є. Крикавський, І. Дейнега, О. Дейнега, Р. Патора. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. 360 с.
17. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшеслінський, І. В. Смолін. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 384 с.
18. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. 348 с.
19. Поведінка споживача : навчальний посібник / О. В. Прокопенко, М. Ю. Троян. К. : Центр учбової літератури, 2008. 176 с.
20. Протопопова В. О., Головінов М. І. Економіка торговельного підприємства : навчальний посібник. Донецьк, 2009. 367 с.
21. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект. К.; М.; СПб.: «Вільямс», 2008.
22. Основи економіки та організації підприємництва : навч. посіб. / І. В. Тирпак, В. І. Тирпак, С. А. Жуков. К. : Кондор, 2011. 284 с.
23. Товарознавство і торговельне підприємництво : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А. А. Мазаракі, Н. В. Притульська, В. А. Осика та ін. ; за ред. А. А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 652 с.
24. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник. [вид. 2-ге, випр., доп.]. К. : Академвидав, 2007. 576 с.
25. Економіка підприємства : навч. посіб. / М. В. Шарко, Н. В. Мешкова-Кравченко, О. М. Радкевич. Херсон : Олді-плюс, 2014. 436 с.
26. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. Вид. 2-ге перероб. і доп. К. : Видавництво Ліра-К, 2017. 600 с.

Оцінювання вступного фахового випробування для здобуття освітнього ступеня «Бакалавр» на базі ОКР «Молодший спеціаліст», ОПС «Фаховий молодший бакалавр», ОС «Молодший бакалавр» проводиться за 200-бальною шкалою (від 100 до 200 балів):

- питання 1-2 оцінюються максимально по 10 балів кожне;
- питання 3-4 оцінюються максимально по 20 балів кожне;
- питання 5 оцінюються максимально у 40 балів.

За повну та правильну відповідь на всі запитання абітурієнт може набрати максимально 200 балів (за 200-бальною шкалою).

При цьому до участі в конкурсному відборі допускаються особи, які отримали за результатами вступного фахового випробування не менше 130 балів.

Критерії оцінювання відповідей на питання фахового вступного випробування:

- відповідь у 90-100% від кількості балів оцінюється, якщо вступник у повному обсязі розкрив зміст питання; здатен формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами та відомостями; правильно розв'язав завдання;
- відповідь у 70-80% від кількості балів оцінюється, якщо вступник достатньо повно розкрив зміст відповіді, але при викладанні деяких аспектів не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки; правильно розв'язав завдання, але допустив незначні неточності;
- відповідь у 50-60% від кількості балів оцінюється, якщо вступник в цілому розкрив основний зміст питання, але без обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки; завдання розв'язав не повністю;
- відповідь до 50% від кількості балів оцінюється, якщо вступник недостатньо розкрив зміст теоретичних питань і практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності; завдання розв'язав частково або неправильно.

Програму розглянуто на засіданні приймальної комісії ЛНАУ (протокол № 6 від 22.03.2021 р.)