

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут Економіки та менеджменту
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор ННЕМ

Петровська
С. Петровська
« 10 » 04 2017р.



Система менеджменту якості


ПРОГРАМА

додаткового вступного випробування
за освітньою програмою підготовки фахівців
освітнього ступеня «Магістр»

за спеціальністю 073 «Менеджмент»
назва спеціальності

спеціалізація «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
назва спеціалізації

СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017


| | | | |
|---|---|-------------------|---------------------------------|
|  | Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр» | Шифр документа | СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017 |
| | | Стор. 2 з 11 | |

ВСТУП

Мета додаткового вступного випробування – визначення рівня знань за напрямками професійної діяльності та формування контингенту студентів, найбільш здібних до успішного опанування дисциплін відповідних освітніх програм. Вступник повинен продемонструвати фундаментальні, професійно-орієнтовні знання та уміння, здатність вирішувати типові професійні завдання, передбачені програмою вступу.

Додаткове вступне випробування проходить у формі тестового завдання з використанням комп'ютерної техніки.

Організація додаткового вступного випробування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію Національного авіаційного університету.

| | | | |
|---|--|----------------|---------------------------------|
|  | Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр» | Шифр документа | СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017 |
| | Стор. 3 з 11 | | |

**Перелік програмних питань
з дисциплін, які виносяться на додаткове вступне випробування
за освітньою програмою підготовки фахівців
освітнього ступеня «Магістр»**

“Економіка і фінанси підприємства”


1. Підприємство в ринкових умовах господарювання.
2. Нормативно-правові засади підприємництва в Україні.
3. Поняття ресурсного забезпечення підприємств.
4. Поняття, класифікація та структура персоналу.
5. Поняття капіталу підприємства та його структура.
6. Роль нематеріальних ресурсів та активів у діяльності підприємства.
7. Загальна характеристика оборотних коштів підприємства.
8. Поняття, склад та види інвестицій.
9. Методи визначення ефективності інвестицій.
10. Поняття інноваційних процесів на підприємстві.
11. Структура витрат на продукцію та послуги підприємства.
12. Підходи до калькулювання продукції та послуг.
13. Поняття реструктуризації та санації підприємств.
14. Фінансово-економічні результати функціонування підприємства.

“Маркетинг”

1. Сутність маркетингу та основні підходи до розуміння предмету маркетингу.
2. Дайте визначення основним поняттям маркетингу та „комплексу маркетингу”.
3. Задачі та функції сучасного маркетингу.
4. Поняття товару та підходи до класифікації товарів.
5. Поняття ціни та підходи до ціноутворення.
6. Поняття просування товару та послуги в ринкових умовах.
7. Поняття позиціонування товару та послуги в ринкових умовах.
8. Потреби та їхнє значення при вивченні споживачів.
9. Засоби та інструменти сучасного маркетингу.
10. Еволюція концепції маркетингу: маркетинг виробника, маркетинг споживача та маркетинг взаємодії.
11. Маркетингові комунікації як інструмент взаємодії із споживачем.
12. Маркетингова інформаційна система як інструмент обґрунтування маркетингових рішень.
13. Поняття ринку та його структури. Види ринків.
14. Маркетингові дослідження та їхня роль при просуванні товарів та послуг.
15. Концепція життєвого циклу продукції та її використання при обґрунтуванні стратегічних рішень щодо виробництва.

“Основи економічної теорії”

1. Склад доходів та видатків держбюджету.
2. Причини і шляхи подолання дефіциту державного бюджету.
3. Методи управління державним боргом.
4. Сучасні системи оподаткування.
5. Зміст підприємництва і його роль в економічному розвитку суспільства.
6. Механізм створення власної справи.

| | | | |
|---|---|-------------------|---------------------------------|
|  | Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр» | Шифр документа | СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017 |
| | Стор. 4 з 11 | | |

7. Основи теорії і практики сучасного менеджменту.
8. Зміст витрат виробництва та їх класифікація.
9. Умови максимізації прибутку.
10. Методи ціноутворення в економічній діяльності фірми.
11. Роль держави в процесі ціноутворення і регулювання цін.
12. Сутність і ознаки та макроекономічні пропорції національної економіки.
13. Принципи кредитування та форми кредиту.
14. Механізм функціонування ринку цінних паперів.
15. Джерела формування і механізм розподілу доходів.
16. Роль держави у забезпечення зайнятості та соціального захисту.
17. Сутність і етапи розвитку світового господарства.
18. Структура міжнародних економічних відносин.
19. Фактори та форми прояву глобалізації.
20. Оцінка виробничих можливостей підприємства.
21. Визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства.
22. Обчислення бухгалтерського, економічного та нормального прибутку фірми.
23. Визначення рентабельності діяльності підприємства.
24. Визначення норми прибутку.
25. Розрахунок основних показників інфляції.
26. Розрахунок основних показників зайнятості і безробіття.
27. Визначення впливу фактичного рівня безробіття на обсяг виробництва.
28. Розрахунок сімейного бюджету.
29. Оцінка показників диференціації доходів.

**Список літератури для самостійної підготовки вступника
до додаткового вступного випробування
Основна література**

1. Економічна теорія. Національна економіка: підручник / За ред. В.М. Тарасевича. – К.: Знання, 2012. – 270 с.
2. Економічна теорія: політекономія: підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – [9-ге вид., доповн.]. – К.: Знання, 2014. – 710 с.
3. Мостенська Т.Л. Менеджмент: підручник / Т.Л. Мостенська, В.О. Новак, М.Г. Луцький, О.В. Ільєнко. – [2-ге вид.]. – К.: Кондор, 2012. – 758 с.
4. Новак В.О. Організаційна поведінка: підручник / В.О. Новак, Т.Л. Мостенська, О.В. Ільєнко. – К.: Кондор, 2013. – 498 с.

Додаткова література


1. Гальчинський А.С. Основи економічних знань / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. – [2-ге вид.]. – К.: Вища школа, 2008. – 503 с.
2. Мельник П.В. Економічна теорія: навч. посіб. / П. В. Мельник. – Чернівці: Прут, 2010. – 352 с.
3. Економічна теорія. Політекономія: підручник / За ред. В.М. Тарасевича. – К.: Знання, 2012. – 206 с.

Голова фахової атестаційної комісії

підпис

О. В. Ільєнко

прізвище, ініціали

| | | | |
|---|---|-------------------|---------------------------------|
|  | Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр» | Шифр документа | СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017 |
| | Стор. 5 з 11 | | |

Міністерство освіти і науки України
 Національний авіаційний університет

Навчально-науковий інститут Економіки та менеджменту
назва навчально-наукового інституту
 Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств
назва випускової кафедри
 Освітній ступінь Магістр

Спеціальність 073 «Менеджмент»
шифр, назва спеціальності

Спеціалізація (освітня програма) «Менеджмент організацій і адміністрування
 (за видами економічної діяльності)»

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Директор ННІЕМ


підпис

прізвище, ініціали


Додаткове вступне випробування

Варіант № 5


1. Контракт – це:
 - а) угода про встановлення прав та обов'язків сторін;
 - б) договір на поставку товару;
 - в) договір з закордонними партнерами;
 - г) договір про порядок взаєморозрахунків.
2. Контроль за цінами здійснює:
 - а) Державна інспекція контролю за цінами;
 - б) Державна податкова адміністрація;
 - в) Міністерство статистики;
 - г) Міністерство фінансів.
3. Корпоратизація характеризується тим, що:
 - а) об'єкт приватизується двома сторонами;
 - б) об'єкт приватизується державою та іншою стороною;
 - в) частка акцій держави у статутному фонді підприємства не більше 25 %;
 - г) частка акцій держави у статутному фонді підприємства не менше 25 %.
4. Ліцензію на здійснення зовнішньоекономічної діяльності видає:
 - а) Ліцензійна палата;
 - б) Кабінет міністрів України;
 - в) Департамент зовнішньоекономічних зв'язків Міністерства економіки України;
 - г) Державна митна служба.
5. Ліцензія видається на термін не менше ніж:
 - а) 6 років;
 - б) 2,5 років;
 - в) 4 місяці;
 - г) 3 роки.

| | | | |
|---|--|-------------------|---------------------------------|
|  | <p>Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»</p> | Шифр документа | СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017 |
| | | Стор. 6 з 11 | |


- б. Максимальними називають ставки, які:
- встановлюються по відношенню до країн, яким надається режим найбільшого сприяння;
 - діють для країн, з якими відсутні торгові угоди;
 - встановлюються по відношенню до ввозу окремих товарів з окремих країн;
 - носять компенсаційний характер.
7. Матрична організаційна структура має переваги у випадку, якщо необхідно виконувати:
- один проект;
 - попередньо декілька проектів;
 - паралельно декілька проектів;
 - звичайне виробництво продукції.
8. Мета підприємництва визначається:
- статутом підприємства;
 - Законом України “Про підприємництво”;
 - Конституцією України;
 - Законом України “Про власність”.
9. Мета створення підприємства:
- створення робочих місць;
 - випуск продукції для населення;
 - отримання прибутку;
 - монополізація ринку.
10. Методику оцінки об’єкта оренди затверджує:
- Верховна Рада України;
 - Фонд державного майна;
 - Кабінет Міністрів України;
 - Міністерство фінансів.
11. Механізм фільтрування інформації під впливом людського фактора здійснюється завдяки наявності наступних фільтрів інформації:
- програмне забезпечення персональних комп’ютерів;
 - ефективність оброблення інформації;
 - знання та досвід працівників;
 - засоби формалізації управлінської інформації.
12. Митний союз передбачає:
- вільне переміщення товарів в межах інтеграційного об’єднання;
 - вільне переміщення робочої сили в межах інтеграційного об’єднання;
 - створення єдиного митного кордону держав інтеграційного об’єднання;
 - відсутність національних митних кордонів в межах інтеграційного об’єднання.
13. Міжнародна економічна інтеграція – це:
- міжнародне економічне співробітництво в сфері обміну;
 - зближення національних економік;
 - спільна підприємницька діяльність;
 - прямі зв’язки між суб’єктами світового господарства.
14. Міжнародний лізинг – це:
- короткострокова оренда вітчизняними підприємствами устаткування, що належить іноземним підприємствам;
 - довгострокова оренда вітчизняними підприємствами устаткування, що належить іноземним підприємствам;
 - середньострокова оренда вітчизняними підприємствами устаткування, що належить іноземним підприємствам;
 - оренда вітчизняними підприємствами устаткування, що належить вітчизняним підприємствам.
15. Міжнародний фінансовий центр, що здійснює найбільший в світі обсяг операцій з цінними паперами, це:
- Лондон;
 - Цюріх;

| | | | |
|---|---|-------------------|---------------------------------|
|  | Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр» | Шифр документа | СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017 |
| | | Стор. 7 з 11 | |


- в) Нью-Йорк;
г) Токіо.
16. Міжнародні економічні відносини – це:
- а) зовнішньоекономічна діяльність держав світового співтовариства;
б) відносини між суб'єктами світового господарства з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних цінностей та надання послуг;
в) експортно-імпортні операції суб'єктів світового господарства;
г) виробничі і науково-технічні зв'язки між суб'єктами світового господарства.
17. Модель реляційної бази даних в інформаційній системі менеджменту визначає:
- а) набір взаємозалежних кодів управлінської інформації, представлений у вигляді таблиць;
б) набір взаємозалежних відношень, представлених у вигляді таблиць;
в) набір взаємозалежних первинних ключів, представлених у вигляді таблиць;
г) набір взаємозалежних зовнішніх ключів, представлених у вигляді таблиць.
18. На основі якого документу діє підприємство:
- а) господарчий договір;
б) статут;
в) фінансовий бюджет;
г) немає правильної відповіді.
19. Найважливішим видом підприємництва, основна функція якого – виробництво товарів, послуг, інформації, духовних цінностей є:
- а) посередницьке підприємництво;
б) страхове підприємництво;
в) комерційне підприємництво;
г) виробниче підприємництво.
20. Наукові результати якої школи управління вперше стверджували, що в менеджменті, при вирішенні складних проблем, необхідно використовувати побудову моделей:
- а) школи людських відносин;
б) школи наукового управління;
в) школи поведінкових наук;
г) школи кількісного підходу.
21. Національне регулювання зовнішньоекономічної діяльності засновується на:
- а) нормативно-правовій базі;
б) адміністративних рішеннях;
в) міжнародних угодах;
г) всі відповіді правильні.
22. Неприбутковим підприємством вважається:
- а) підприємство, що не отримує прибуток;
б) підприємство, зареєстроване як збиткове;
в) підприємство з зареєстрованим статутом неприбуткового підприємства;
г) підприємство, що знаходиться на дотації у державі.
23. Об'єкт лізингу на протязі всього строку дії договору вважається власністю:
- а) виробника об'єкту лізингу;
б) лізингоотримувача;
в) лізингодавця;
г) всі відповіді правильні.
24. Об'єктами промислової власності є:
- а) корисні моделі;
б) твори мистецтв;
в) копірайт;
г) патенти.
25. Які параметри, що використовуються при оцінці конкурентоспроможності товару, не відносяться до «жорстких параметрів?»:

| | | | |
|---|---|-------------------|---------------------------------|
|  | Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр» | Шифр документа | СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017 |
| | | Стор. 8 з 11 | |

- а) параметри призначення;
б) параметри ергономічності;
в) параметри відповідності міжнародним і національним стандартам;
г) параметри, що характеризують естетичні властивості товару.
26. Які параметри, що використовуються при оцінці конкурентоспроможності товару, не відносяться до «м'яких параметрів»?:
- а) параметри технічної ефективності;
б) дизайн;
в) колір;
г) упакування.
27. Які показники використовуються при оцінці конкурентоспроможності товару?:
- а) корисний ефект, вартість товару;
б) корисний ефект, вартість споживання;
в) вартість товару, прибуток від його реалізації;
г) корисний ефект, собівартість виробництва товару.
28. Які стратегії відносяться до базових маркетингових стратегій, сформульованих Портером?:
- а) диференціації;
б) домінування по витратам;
в) концентрації;
г) всі відповіді правильні.
29. Якій категорії нових товарів належить найбільша питома вага у загальній масі товарів, що виводяться на міжнародний ринок?:
- а) заміна товарів (удосконалення і модифікація вже існуючих товарів);
б) додання товарів до існуючих асортиментних груп;
в) нові асортиментні групи;
г) товари, що являють собою світові новинки.
30. Якій маркетинговій стратегії відповідає визначення «при здійсненні цієї стратегії фірма виходить за межі промислового ланцюга, всередині якого вона діяла, і шукає нові види діяльності, що доповнюють існуючі в плані технологічному і (або) комерційному»?:
- а) стратегія інтеграції «вперед»;
б) стратегія інтеграції «назад»;
в) стратегія концентричної диверсифікації;
г) стратегія чистої диверсифікації.
31. Якій маркетинговій стратегії відповідає визначення «при здійсненні цієї стратегії фірма освоює види діяльності, не пов'язані з її традиційним профілем ні в технологічному, ні в комерційному плані»?:
- а) стратегія інтеграції «вперед»;
б) стратегія інтеграції «назад»;
в) стратегія концентричної диверсифікації;
г) стратегія чистої диверсифікації.
32. Якій маркетинговій стратегії відповідає визначення «стратегія виражається в рості фірми за рахунок придбання або посилення контролю над системами розподілу і продаж»?:
- а) стратегія інтеграції «вперед»;
б) стратегія інтеграції «назад»;
в) стратегія концентричної диверсифікації;
г) стратегія чистої диверсифікації.
33. Якій маркетинговій стратегії відповідає визначення «стратегія направлена на ріст фірми за рахунок придбання або посилення контролю над постачальниками»?:
- а) стратегія інтеграції «вперед»;
б) стратегія інтеграції «назад»;
в) стратегія концентричної диверсифікації;
г) стратегія чистої диверсифікації.
34. До розрахункових цін відносяться:

| | | | |
|---|--|-------------------|---------------------------------|
|  | <p>Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»</p> | Шифр документа | СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017 |
| | | Стор. 9 з 11 | |

- а) довідкові ціни;
б) біржові котирування;
в) аукціонні ціни;
г) немає правильної відповіді.
35. До ціноутворення, орієнтованого на конкурентів, відноситься:
а) ціноутворення на основі собівартості;
б) ціноутворення, орієнтоване на маркетинг;
в) ціноутворення на основі прямих витрат;
г) ціноутворення на основі поточного рівня цін.
36. Інтернаціональна вартість - це суспільно необхідні витрати:
а) праці на виробництво товару за середньосвітових суспільних нормальних умов виробництва і середньосвітового рівня продуктивності і інтенсивності праці;
б) на продаж товару за середньосвітових суспільно нормальних умов виробництва і середньосвітового рівня продуктивності і інтенсивності праці;
в) праці на виробництво товару за середньосвітових суспільно нормальних умов виробництва і низького рівня його (праці) продуктивності і інтенсивності;
г) немає правильної відповіді.
37. Метод компромісного аналізу дозволяє:
а) визначити кількість споживачів, готових придбати даний товар;
б) визначити залежність кількості споживачів, готових придбати даний товар, від рівня ціни на нього;
в) визначити взаємозв'язок між ціною і іншими характеристиками товару;
г) здійснити контрольований магазинний експеримент або пробний маркетинг.
38. Метод споживацької реакції дозволяє:
а) визначити кількість споживачів, готових придбати даний товар;
б) визначити залежність кількості споживачів, готових придбати даний товар, від рівня ціни на нього;
в) визначити взаємозв'язок між ціною і іншими характеристиками товару;
г) здійснити контрольований магазинний експеримент або пробний маркетинг.
39. Міжнародний розвиток передових підприємств ґрунтуватиметься:
а) на стратегії одноосібності;
б) стратегії різноманіття;
в) стратегії моногамії;
г) стратегії альянсу.
40. Міжнародні товарні аукціони – це ринки:
а) спеціально організовані, постійно діючі в певних місцях, на яких продаж проводиться шляхом публічних торгів;
б) спеціально організовані, періодично діючі в певних місцях, на яких продаж проводиться шляхом публічних торгів;
в) спеціально організовані, періодично діючі в певних місцях, на яких продаж проводиться шляхом закритих торгів;
г) спеціально організовані, постійно діючі в певних місцях ринки, на яких продаж проводиться шляхом закритих торгів.
41. На якому ринку самостійно можна встановити ціну:
а) на олігопольному;
б) на конкурентному;
в) на монопольному;
г) на ринку чистої монополії.
42. Під впливом снобізму національна клієнтура може купувати:
а) за низькими цінами іноземні товари;
б) за високими цінами іноземні товари;
в) не купувати іноземні товари;
г) немає правильної відповіді.
43. Світова ціна – це відтворення:


| | | | |
|---|---|-------------------|---------------------------------|
|  | Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр» | Шифр документа | СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017 |
| | | Стор. 10 з 11 | |

- а) грошове – інтернаціональної вартості реалізованого на державному ринку товару;
б) грошове – інтернаціональної вартості реалізованого на світовому ринку товару;
в) кількісне – інтернаціональної вартості реалізованого на державному ринку товару;
г) якісне – інтернаціональної вартості реалізованого на світовому ринку товару.
44. Стратегія «повільного проникнення» на ринок – це:
а) поєднання високої ціни з низьким рівнем витрат на просування;
б) поєднання високої ціни з високим рівнем витрат на просування;
в) поєднання низької ціни з високими витратами на просування;
г) поєднання низької ціни з низькими витратами на просування.
45. Домогосподарство виконує такі функції:
а) основного постачальника ресурсів;
б) постачальника грошових ресурсів;
в) покупця акцій та облігацій;
г) основної витратної одиниці в національному господарстві.
46. Вкажіть правильне визначення ціни як економічної категорії:
а) грошовий вираз мінової вартості;
б) корисність речі, виражена в грошах;
в) грошовий вираз вартості товару;
г) споживні властивості товару.
47. В економічній теорії макроекономічну рівновагу розглядають як:
а) стан національної економіки;
б) прояв циклічності;
в) економічне зростання;
г) метод державного регулювання економіки.
48. Кризу, депресію, пожвавлення, піднесення називають:
а) рецесією;
б) економічним зростанням;
в) фазами класичної схеми промислового (економічного) циклу;
г) характерними рисами макроекономічної рівноваги.
49. Стратегія повільного «зняття вершків» – це:
а) поєднання високої ціни з низьким рівнем витрат на просування;
б) поєднання високої ціни з високим рівнем витрат на просування;
в) поєднання низької ціни з високими витратами на просування;
г) поєднання низької ціни з низькими витратами на просування.
50. Відносини між людьми в процесі виробництва, розподілу, обміну, споживання, які характеризують привласнення засобів виробництва і предметів споживання, це:
а) вартість;
б) ціна;
в) власність;
г) продуктивні сили.

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Протокол № 2 від «06» лютого 2017р.

Голова фахової атестаційної комісії

_____ О.В. Ільєнко
підпис П.І.Б.

| | | | |
|---|---|-------------------|---------------------------------|
|  | Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр» | Шифр документа | СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017 |
| | | Стор. 11 з 11 | |

Рейтингові оцінки за виконання окремих завдань додаткового вступного випробування

| Вид навчальної роботи | Максимальна величина рейтингової оцінки (бали) |
|-------------------------------------|--|
| Виконання одного тестового завдання | 2 |
| Усього: | 100 |

Значення рейтингових оцінок в балах за виконання завдань
вступних випробувань та їх критерії*

| Оцінка в балах за виконання окремих завдань | Критерій оцінки |
|--|---|
| 90-100 | Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок |
| 82 – 89 | Виконання вище середнього рівня з кількома помилками |
| 75 – 81 | У загальному вірне виконання з певною кількістю помилок |
| 67 – 74 | Непогане виконання, але зі значною кількістю помилок |
| 60 – 66 | Виконання задовольняє мінімальним критеріям |
| менше 60 | Виконання не задовольняє мінімальним критеріям |

Увага! Оцінка менше, ніж 60 балів не враховується при визначенні рейтингу

* Значення оцінок у балах та їх критерії відповідають вимогам шкали ECTS

Відповідність рейтингових оцінок
у балах оцінкам за національною шкалою та шкалою ECTS

| Оцінка в балах | Оцінка за національною шкалою | Оцінка за шкалою ECTS | |
|-------------------|-------------------------------------|--------------------------|--|
| | | Оцінка | Пояснення |
| 90-100 | Відмінно | A | Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок) |
| 82 – 89 | Добре | B | Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками) |
| 75 – 81 | | C | Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок) |
| 67 – 74 | Задовільно | D | Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків) |
| 60 – 66 | | E | Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям) |
| 35 – 59 | Незадовільно | FX | Незадовільно |
| 1 – 34 | | F | Незадовільно |