МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Геолого-географічний факультет

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Голова приймальної комісії
Ректор ОНУ імені І.І. Мечникова
_____ проф. Вячеслав ТРУБА
«___» _____ 2025 р.

ПРОГРАМА
ФАХОВОГО ІСПИТУ
для вступу на навчання для здобуття
другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність J3 Туризм і рекреація
ОП Туризм
на основі освітнього ступеня бакалавра, магістра
(освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста)

Схвалено Вченою Радою ГГФ
від 27 березня 2025 року
протокол № 7

Одеса – 2025

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Фаховий іспит – форма вступного випробування, для конкурсного відбору осіб для здобуття ступеня магістра, які вступають на основі здобутого ступеня бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста). Організація та проведення вступного випробування відбувається у порядку визначеному Порядком прийому на навчання для здобуття вищої освіти в 2025 році затвердженому наказом Міністерства освіти і науки України від 10 лютого 2025 року № 168 та зареєстрованому в Міністерстві юстиції України 26 лютого 2025 року за № 15/41360 та Положенню про приймальну комісію Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

Мета вступного випробування за спеціальністю J3 Туризм та рекреація *оцінювання/перевірка знань, умінь, навичок – базових (вихідних) компетенцій для опанування ОП:* з'ясувати рівень теоретичних знань та практичних навичок вступників, продемонструвати своє вміння орієнтуватися в фактичному матеріалі, використовувати набуті знання на практиці, їх готовність освоїти обрану програму підготовки, виявити потенційні можливості і сфері роботи за спеціальністю «Туризм та рекреація».

Вимоги до рівня підготовки здобувачів: вступник до магістратури зі спеціальності «Туризм та рекреація» має продемонструвати високий рівень теоретичної та практичної підготовки, показати розуміння основних законів, закономірностей науки, її практичного значення, перспектив розвитку. Водночас він має показати своє вміння орієнтуватися в фактичному матеріалі, знання найважливіших джерел його поповнення і оновлення, показати свою обізнаність з роботами визначних вчених, фундаментальних наукових установ, періодичних видань.

Форма фахового іспиту – тестування.

Підготовка програми фахового іспиту, розробка тестових завдань та проведення іспиту здійснюється фаховою атестаційною комісією геолого-географічного факультету *(наказ № 420-18 від 28.02.2025 року).*

1. ЗМІСТ ФАХОВОГО ІСПИТУ

1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ.

Характеристика сутності організації туризму. Сутність поняття “організація”. Організація як функція менеджменту. Функції менеджменту: планування, організація, регулювання, координування, стимулювання (мотивація), контроль. Історія та передумови розвитку туризму. Сучасні підходи до визначення туризму. Поняття "турист" та "екскурсант". Стан розвитку туризму в Україні. Показники розвитку організованого туризму.

Динаміка туристських потоків.

Класифікація і функції туризму. Понятійний апарат туризму. Система класифікації туризму. Соціальна, гуманітарна й економічна функції туризму. Туризм як соціально-економічна система. Фактори, що впливають на розвиток туризму: зовнішні та внутрішні, інтенсивні та стримуючі, фактор сезонності.

Міжнародне правове регулювання туристської діяльності. Мета й основні завдання регулювання туристської діяльності на міжнародному рівні. Міжнародні організації, які координують туристську діяльність, та їх класифікація. Інструменти регулювання міжнародної туристської діяльності - міжнародні декларації та конвенції, міжурядові угоди. Міжнародні документи, що регламентують туристську діяльність. Сутність міжнародних туристських заходів. Міжнародні відносини України у сфері туризму.

Організація державного управління туристською діяльністю в Україні. Державні органи регулювання туристської діяльності в Україні - основні цілі та завдання державного регулювання. Схема керування туристською діяльністю в Україні. Туристська політика в Україні, її основні положення. Державна програма розвитку туризму в Україні. Основні законодавчі й нормативно-правові акти у сфері туризму, що діють в Україні.

Основні важелі впливу держави на туристську діяльність. Туристські формальності: паспортно-візові, митні, валютні, санітарні. Права й обов’язки туристів і екскурсантів.

Договірні відносини в туризмі. Загальна характеристика договірної роботи. Вимоги до укладання договорів. Договірні відносини між туристськими підприємствами. Договірні відносини між туристськими підприємствами і підприємствами зовнішнього середовища. Договірні відносини між туристськими підприємствами і споживачами туристських послуг. Характеристика договірних документів у галузі туризму.

Ліцензування, стандартизація та сертифікація в туризмі. Необхідність і цілі ліцензування. Основні визначення з ліцензування. Нормативно-правова база ліцензування. Порядок оформлення ліцензій. Умови ліцензування. Контроль за дотриманням ліцензійних умов. Поняття про стандартизацію і стандарти. Основні міждержавні та національні стандарти, що діють в галузі туризму. Сутність сертифікації. Державна система сертифікації УкрСЕПРО. Порядок і правила сертифікації послуг в сфері туризму.

Понятійний апарат туроперейтингу. Сутність туроператорської діяльності. Роль та завдання туроператора на туристичному ринку. Види туроператорів за спеціалізацією, територіальним рівнем та формою організації. Основні функції туроператора. Особливості діяльності виїзних, в’їзних та місцевих туроператорів.

Туристичний продукт як предмет діяльності туроператора. Сутність, особливості та складові туристичного продукту. Туристичний пакет: поняття та основні характеристики. Складові тур-пакету.

Проектування туристичного продукту. Сутність і послідовність робіт з туроперейтингу. Технологія проектування туристичних послуг. Етапи розробки нового туру. Життєвий цикл туристичного продукту.

Діяльність туристських підприємств в умовах конкуренції на ринку туристських послуг. Сучасний туристський ринок. Особливості його функціонування та перспективи розвитку. Туристський попит і туристська пропозиція, їх особливості. Конкуренція як основний стимул розвитку туристської індустрії. Конкурентні переваги туристських підприємств.

Регіональні туристські ринки та їх стисла характеристика. Характерні особливості туристських ринків різних регіонів світу. Сучасний підхід до формування туристських регіонів світу. Загальна характеристика туристських регіонів світу.

Застосування інформаційних технологій в туризмі – засіб підвищення ефективності роботи туристських підприємств. Сутність основних понять інформаційних технологій. Характеристика основних напрямків автоматизації роботи туристських підприємств. Програмне забезпечення туристських подорожей. Інтернет/інтранет – технології в туризмі. Основні фактори підвищення ефективності роботи туристських підприємств при застосуванні інформаційних технологій. Переваги й недоліки інформаційних технологій, що використовуються а туризмі. Класифікація технічних засобів інформаційних технологій, що використовуються туристськими підприємствами. Організація роботи туристських підприємств з всесвітньою мережою Інтернет. Характеристика автоматизованих міжнародних систем бронювання

2. МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМІ.

Менеджмент туризму: сутність, основні підходи. Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристика, взаємодія. Формування і розвиток науки про управління. Принципи, рівні, цілі, завдання менеджменту.

Процес і методи управління організацією. Поняття процесу управління. Функції менеджменту як виду управлінської діяльності: поняття та класифікація функцій менеджменту.

Сутність і класифікація методів менеджменту. Економічні методи управління, організаційно-розпорядчі методи управління та соціальні методи управління.

Управлінські рішення в менеджменті. Суть і види управлінських рішень. Основні підходи до прийняття рішень. Процес прийняття рішень. Методи прийняття рішень. Моделювання. Методи прогнозування. Організація та контроль виконання рішень. Типологія стилів керівництва.

Туризм як об'єкт управління. Ринок туристських послуг: характеристика і учасники. Суб'єкти туристського ринку: туроператори і тур агенти; готельні заклади; заклади харчування. Система і структура управління туризмом.

Планування в організації. Поняття "планування", його місце серед функцій управління. Стратегічне планування. Оцінка та аналіз зовнішнього середовища. Управлінське дослідження внутрішнього середовища. Вивчення стратегічних альтернатив. Методи розробки планів. Планування розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства.

Організація як об'єкт управління і функція менеджменту. Сутність організації. Формальні й неформальні організації. Види організацій. Характеристики організацій. Внутрішні складові організації та їх взаємозв'язок. Моделі організацій як об'єкт управління. Організаційні взаємодії та повноваження.

Організація як функція менеджменту. Організаційно-функціональна структура сучасних підприємств готельно-ресторанного господарства. Поняття та класифікація організаційних структур управління. Вибір структури. Департаменталізація. Адаптивні структури. Ценралізовані та децентралізовані організації. Формування організаційних структур управління. Етапи формування організаційних структур управління. Основні вимоги до організаційних структур управління. Методи побудови та вдосконалення організаційних структур. Типи організаційних структур в готелях.

Мотивація як функція менеджменту в туризмі. Мотивація в туристичному підприємстві: визначення, сутність, розвиток, концепції. Теорії мотивації персоналу. Змістовні теорії мотивації. Процесійні теорії мотивації. Мотивація та компенсація.

Менеджмент мотивації персоналу туристичного підприємства та готельно-ресторанного господарства. Методи й інструменти мотивації персоналу. Розробка системи мотивації персоналу на прикладі готельного підприємства.

Контроль як функція менеджменту. Функція контролю в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі. Зміст, види, принципи та процес здійснення контролю на підприємствах туризму та готельноресторанного бізнесу.

Управління збутом туристського продукту. Основні форми роботи туристських підприємств з організації збуту туристського продукту. Характеристика основних форм продажу туристського продукту. Особливості управління збутом туристського продукту.

Управління персоналом підприємств туристської індустрії. Роль людського фактору в управлінні туристським підприємством. Критерії добору працівників підприємств в тур індустрії. Ефективна кадрова політика: принципи побудови, цілі та завдання. Система управління трудовими ресурсами.

Управління конфліктами, змінами, стресами. Природа конфліктів в організації. Управління конфліктною ситуацією. Природа організаційних змін. Управління змінами. Організаційний розвиток. Природа стресу. Стресовий стиль життя.

Управління продуктивністю. Комплексний підхід до питань продуктивності. Управління за критерієм продуктивності. Комунікації, прийняття рішень і керівництво в ділі забезпечення продуктивності. Нові підходи в управління продуктивності праці.

3. МАРКЕТИНГ ТУРИЗМУ.

Суть маркетингу в готельному, курортному і туристичному сервісі. Поняття маркетингу. Маркетинг послуг. Маркетинг в туризмі. Поняття туристичного продукту. Причини появи туристичного маркетингу. Становлення та розвиток маркетингу в туризмі. Сучасні тенденції маркетингу туристичних підприємств. Функції маркетингу в туризмі. Умови застосування маркетингу в туризмі. Принципи туристичного маркетингу. Управління маркетингом в туризмі. Поняття управління маркетингом. Маркетингова продуктова стратегія. Маркетингова цінова стратегія. Збутова стратегія туристичного підприємства. Комунікаційна стратегія в туризмі.

Альтернативні стратегії.

Сегментація ринку в туризмі. Переваги сегментації. Методи сегментації туристичного ринку. Географічний метод. Соціодемографічний метод. Психографічний метод. Сегментація ВТО. Система "Євростиль". Сегментація Г.Гана. Поняття позиціювання туристичного продукту. Способи позиціювання туристичного продукту. Репозиціювання. Стратегії репозиціювання турпродукту.

Реклама в туризмі. Туристична реклама. Особливості реклами в туризмі. Види туристичної реклами. Рекламні кампанії туристичних підприємств. Оцінка ефективності рекламної діяльності в туризмі. Вибір рекламних засобів в туризмі. Туристичний фірмовий каталог. Туристична реклама в глобальній мережі Інтернет. Нерекламні методи просування турпродукту. Стимулювання збуту. Етапи стимулювання. Розробка програми стимулювання збуту. Засоби стимулювання споживачів (туристів). Засоби стимулювання роздрібних турагентів. Туристичні виставки та ярмарки.

Фірмовий стиль туристичного підприємства.

Маркетинг в міжнародному туризмі. Міжнародний туризм. Міжнародний (світовий) туристичний ринок. Міжнародний маркетинг. Особливості маркетингу на світовому туристичному ринку. Організація маркетингових досліджень на зовнішніх ринках туристичних послуг.

Стратегія і тактика проникнення на зовнішні туристичні ринки.

4. ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ

Методологія та методика географічних досліджень в туризмі Сучасні наукові концепції та моделі в географії туризму. Геопросторові моделі туризму. Сучасні тенденції розвитку туризму

Класифікація та географічна оцінка туристичних ресурсів. Класифікація туристичних ресурсів за ступенем використання та за обсягами туристських потоків. Економічна, соціальна та екологічна оцінка туристичних ресурсів.

Природні та культурно-історичні туристичні ресурси Географічна оцінка кліматичних ресурсів. Географічна оцінка бальнеологічних ресурсів. Характеристика океанів, морів, озер, річок як туристичних ресурсів. Гідрологічні та гідротехнічні водні об'єкти та їх туристична привабливість: аквапарки, водосховища, стави, водоспади, джерела, витоки річок. Географічна оцінка біотичних туристичних ресурсів. Ландшафтні та орографічні туристичні ресурси. Географічна оцінка рельєфу, як туристичного ресурсу. Туристична привабливість архітектурних пам'яток. Географія найбільш атрактивних культурно-історичних ресурсів України, Європейського туристичного регіону, світу.

Географія рекреаційних видів туризму Географія центрів лікувальнооздоровчого та розважального туризму України, Європейського туристичного регіону, світу.

Географія активних видів туризму Географія центрів та регіонів розвитку екстремальних та пригодницьких видів туризму в Україні, Європейському туристичному регіоні, світі.

Географія культурно-пізнавального та подієвого туризму Географія найбільш атрактивних маршрутів та регіонів розвитку культурнопізнавального та подієвого туризму в Україні, Європейському туристичному регіоні, світі.

Географія релігійного туризму та паломництва Географія центрів та регіонів паломництва та релігійного туризму у християнстві, ісламі, буддизмі, іудаїзмі, індуїзмі.

Географія міського та ділового, сільського та екологічного туризму.
Туристичне країнознавство та регіонознавство Типова програма країнознавчого дослідження в туристичному бізнесі. Природно-географічна характеристика Політична, економічна, історична, соціальна та культурна характеристика країн. Спеціальна туристична характеристика країни Стан розвитку туристичної галузі в країні та її місце на міжнародному ринку туристичних послуг.
Туристичні регіони світу. Європейський туристичний регіон. Близькосхідний туристичний регіон Азійсько-Тихоокеанський туристичний регіонАфриканський туристичний регіон. Американський туристичний регіон. Туритстичні ресурси Північної, Центральної, Південної Америки та острівних країн Карибського басейну, туристичні центри США, Канади, Мексики, Бразилії, Перу, Аргентини.

2. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Андренко І. Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму: навч. посібник. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім.О.М. Бекетова. 2014. 402 с.
2. Аріон О.В., Уліганець С.І. Географія туризму: навчально-методичний посібник Київ: Альтерпрес, 2013. 266 с.
3. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2011. 462 с.
4. Білоусов О.М., Лугінін О.Є., Морозова О.С., Соколова Л.В. Менеджмент туристичної галузі : підручник. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2017. 580 с.
5. Бовсуновська Г.Я. Географія туризму: навч.посібник. Донецьк:ДІТБ,2002. 411 с.
6. Винниченко І. Ризики в туризмі. Навч.-метод. посібник. КНУ імені Т.Г. Шевченка. Київ, 2014. 101 с.
7. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі) / В.Г. Явкін [та інші].Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. 344 с.
8. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
9. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг туристичного підприємства. Навч. пос. Київ: Музична Україна, 2002. 196 с.
10. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму: Посібник. Київ: Знання, 2010. 502 с.
11. Король О.Д., Крачило М.П. Менеджмент туризму: Навч. посіб. Київ: Знання, 2009. 248 с.
12. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці, 2003. 300 с.
13. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму: навчальний посібник Київ: Знання, 2011. 334 с.
14. Козловський Є.В. Правове регулювання туристичної діяльності. Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 272 с.
15. Костащук В.І. Економіка і ціноутворення в галузі туризму: навч. посібник. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2012. 140 с.
16. Крикавський Є. В., Третьякова Л. І., Косар Н. С. Стратегічний маркетинг: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 256 с.
17. Кудла Н.Є Маркетинг туристичних послуг: нав.пос. Київ: Знання, 2011. 351 с.
18. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства. Київ: Знання, 2012. 343 с.
19. Кузик С.П. Географія туризму: навч. посібник. Київ: Знання, 2011. 271 с.
20. Любіцева О. О. Методика розробки турів: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2003. 104 с.
21. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг: навч. посіб. 2-ге вид., переробл. та допов. Київ: Альтерпрес, 2003.

22. Любіцева О.О. Паломництво та релігійний туризм: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2011. 416 с.
23. Любіцева О.О., Панкова В.Є., Стафійчук Є.В. Туристичні ресурси України: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2007. 369 с.
24. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М.. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник, К.: Знання, 2008. 661 с.
25. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування діяльності туристичних підприємств: Навч. посібник. Київ: Знання, 2005. 241 с.
26. Мальська М.П. Маркетинг туризму: Підручник. Львів: Український бестселер, 2015. 364 с.
27. Мальська М.П., Пурська І.С. Міжнародна маркетингова діяльність: Підручник. Київ: ЦУЛ, 2013. 288 с.
28. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2007. 424 с.
29. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч.посіб. К.: Знання, 2008. 343 с.
30. Менеджмент з туризму: конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання / Укладач О. В. Поступна. Харків: НУЦЗУ, 2020. 235 с.
31. Мунін Г.Б. Маркетинг туризму: навч.пос. У 2-х част./ Г.Б. Мунін, З.І. Тимошенко, Є.В. Самарцев, А.О. Змійов. Київ: В-во Європ.ун-ту, 2005.
32. Мунін Г.Б., Змійов А.О., Зінов'єв Г.О., Самарцев Є.В., Гаца О.О., Максимець К.П., Роглєв Х.Й. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посібник. Київ: Ліра-К, 2005. 520 с.
33. Панченко Ю.В., Лугінін О.Є., Фомішин С.В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Олді-плюс, 2017. 342 с.
34. Писаревський І. М., Погасій С. О., Поколодна М. М. Організація туризму : підручник. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
35. Поколодна М. М. Організація екскурсійної діяльності: підручник. Харків. нац. ун-т міського гос-ва ім. О. М. Бекетова. Харків, 2017, 180 с.
36. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: підр. / Ю.М. Правик. Київ: Знання, 2008. 303 с.
37. Поколодна М.М., Полчанінова І.Л. Харків: Конспект лекцій навчальної дисципліни "Географія туризму". ХНАМГ, 2012. 135 с.
38. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства. Навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
39. Саранча Г.А. Метрологія, стандартизація, відповідність, акредитація та управління якістю: Підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 672 с.
40. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
41. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму: Навч. посіб. Ніжин: Вид-во НДПУ ім.М.Гоголя, 2004. 264 с.
42. Смирнов І.Г. Міжнародний туристичний бізнес: навч.-мет.пос./ І.Г.Смирнов, Н.В. Фоменко. Івано-Франківськ: Галицька академія, 2009. 154 с.
43. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Маркетинг сталого туризму. Навч. посібник. Київ: Ліра-К. 2020. 220 с.
44. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності : підручник. Київ : Грамота, 2006. 264 с.
45. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.
46. Федорченко В. К., Пазенок В. С., Кручек О. А. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму. Київ: ВЦ «Академія», 2013. 368 с.
47. Шайхлісламов З. Р. Управління якістю в туризмі: конспект лекцій. Харків. ХТЕІ, 2016. 206 с.

48. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2005. 290 с.

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ФАХОВОГО ІСПИТУ

Зміст тестових завдань визначено Програмою фахового іспиту для вступу на навчання для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти **ЈЗ Туризм і рекреація ОП Туризм** на основі ступеня бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста).

Тест для фахового іспиту складається із завдань з **вибором однієї правильної відповіді** (ТЗ закритої форми). До кожного завдання подано чотири варіантів відповідей (А, Б, В, Г), з яких один правильний.

Загальна кількість завдань тесту – 50.

Завдання з вибором однієї правильної відповіді оцінюється в 0 або 2 тестових балів.

Результат фахового випробовування оцінюють за шкалою від 0 до 100 балів.

Критерії оцінювання іспиту за фахом

ТЗ із вибором однієї правильної відповіді	**Кількість балів**
• неправильна відповідь, або вказано більше однієї відповіді, або відповідь ненадано	0 балів
• правильна відповідь	2 бали
• мінімальна кількість тестових балів, яка дає право на участь в конкурсному відборі	12 балів
• максимальна кількість балів, яку можна набрати, правильно виконавши всі завдання тесту	100 балів

Під час проведення вступного випробування не допускається користування електронними приладами, підручниками, навчальними посібниками та іншими матеріалами, якщо це не передбачено рішенням Приймальної комісії. У разі використання вступником під час вступного випробування сторонніх джерел інформації (у тому числі підказки) він відсторонюється від участі у випробуваннях, про що складається акт, в якому фахова атестаційна комісія вказує причину відсторонення та час. У разі використання заборонених джерел абітурієнт, на вимогу члена фахової атестаційної комісії, залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку.

Вступник має право подати письмову апеляцію щодо екзаменаційної оцінки (кількість балів), отриманої на вступному випробуванні. Апеляція подається письмово у вигляді заяви у довільній формі на ім'я голови Приймальної комісії ОНУ імені І. І. Мечникова. Апеляційна заява подається вступником особисто згідно з Положенням про апеляційну комісію Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Предметом апеляції може бути тільки оцінка з вступного випробування. Не розглядаються апеляції, подані невчасно або з порушенням процедури подання.

Вступники, які не з'явились на вступне випробування без поважних причин у зазначений за розкладом час, до участі у подальших іспитах та конкурсному відборі не допускаються.

Голова фахової
атестаційної комісії Віталій СИЧ