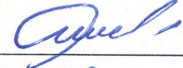


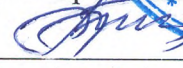
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу



УЗГОДЖЕНО
Декан ФЕБА


С.Ф. Смерічевський
«17» 09 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи

А. Полухін
«22» 09 2021 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Аутсорсинг на електронному ринку»

Освітньо-професійна програма: «Електронний маркетинг»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	3	105 / 3,5	17	34	–	54	1ДЗ-3с	-	Екзамен – 3 с
Заочна	3, 4	105 / 3,5	8	4	–	93	1 К.р – 4с	-	Екзамен – 4 с

Індекс: РБ-6-075-2/21 – 2.1.23

Індекс: РБ-6-075-2з/21 – 2.1.23

СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021




Система менеджменту якості.
Робоча програма
навчальної дисципліни
«Аутсорсинг на електронному ринку»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
РП 11.01.03-01-2021

Стор. 2 із 12

Робочу програму навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Електронний маркетинг», навчальних та робочих навчальних планів № НБ-6-075-2/21, РБ-6-075-2/21 та № РБ-6-075-2з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробив:
професор кафедри маркетингу _____  Смерічевський С.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Електронний маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол № 9 від «19» 05 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми _____  Ярмолюк О.Я.

Т.в.о. завідувача кафедри _____  Радченко Г.А.


Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 7 від «15» 06 2021 р.

Голова НМРР _____  Гофанчук А.Т.

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 3 із 12	

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	5
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	6
2. Програма навчальної дисципліни	6
2.1. Зміст навчальної дисципліни	6
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	6
2.3. Тематичний план	8
2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)...	8
2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену.....	9
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	9
3.1. Методи навчання	9
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	9
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет	10
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь..	11

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 4 із 12	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Місце: дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця у розумінні особливостей Інтернету і специфіки застосування комплексу аутсорсингу на електронному ринку.


Метою навчальної дисципліни є формування у студентів сучасного економічного мислення та системи спеціальних знань у галузі аутсорсингу, практичних навичок їх застосування у різних напрямках маркетингової діяльності.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- формування у студентів системи знань з питань аутсорсингу в маркетинговій діяльності;
- набуття знань з аутсорсингу на електронному ринку;
- розширення бази теоретичних знань у студентів як вихідної основи для формування навичок і вмінь дослідження практичних проблем сучасних у сфері аутсорсингу на електронному ринку;
- створення логічної основи для підготовки висококваліфікованих фахівців з маркетингу.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

- Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності (ПРН1).
- Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу (ПРН3).
- Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію (ПРН7).
- Визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтовувати доцільність застосування інформаційно-комунікаційних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи (ПРН19).
- Вміти обґрунтовувати інноваційні та ефективні методи, застосовувати особливості програмного продукту та послуг на електронному ринку, формувати оптимальний асортимент, вміти підвищувати обсяги продажу, укріпити

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 5 із 12	

репутацію та сформувати попит на новий продукт компаній в мережі Інтернет, використовувати інструменти маркетингу для просування програмних продуктів та послуг на електронному ринку для забезпечення конкурентоспроможності підприємств (ПРН23).

- Розвивати електронну модель бізнесу як джерело підвищення конкурентоспроможності та формувати відносини підприємства із внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами на засадах електронних технологій, використовувати знання з маркетингу та інформаційних технологій з побудови та впровадження інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств, вміти планувати, впроваджувати та проводити маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах та практичного застосування маркетингового інструментарію для підприємств різних галузей, в тому числі авіаційних (ПРН25).

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

- Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. (ПК).

- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3).

- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4).

- Здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК8).

- Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (ФК1).


- Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі (ФК3).

- Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності (ФК10).

- Здатність до розуміння змісту і характеру професійної діяльності маркетолога на промисловому, споживчому та електронному ринках товарів і послуг та прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу щодо інноваційного розвитку підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища (ФК15).

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як Інтернет - маркетинг, Маркетинг, та є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: Маркетинг інновацій, Маркетингові інформаційні системи, Основи розробки та просування сайту, Маркетингово-дослідницька практика.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 6 із 12	

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного **навчального модуля № 1 «Аутсорсинг на електронному ринку»**, який є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля

Модуль № 1 «Аутсорсинг на електронному ринку»

Інтегровані вимоги модуля №1:

знати:

- основи функціонування та розвитку аутсорсингу;
- загальні характеристики аутсорсингу;
- форми та види аутсорсингу;
- зміст та роль аутсорсингу на електронному ринку;
- структуру та основний зміст контракту аутсорсингу;
- методику оцінки змін у системі аутсорсингу на електронному ринку;
- сучасний стан, проблеми та перспективи участі України аутсорсингу

на електронному ринку.

вміти:


- застосовувати основні положення аутсорсингу для рішення проблем підвищення ефективності маркетингу;
- володіти основними видами аналізу, що забезпечує використання інноваційного потенціалу аутсорсингу;
- володіти навичками розробки контракту аутсорсингу;
- аналізувати управлінські ситуації з позиції аутсорсингу;
- аналізувати динамічні якісні зміни у системі аутсорсингу на електронному ринку;
- давати оцінку поточній ситуації аутсорсингу на електронному ринку;
- характеризувати сучасний стан, проблеми та перспективи участі України аутсорсингу на електронному ринку;

Тема 1. Виникнення і розвиток аутсорсингу на електронному ринку

Історичне коріння та поняття аутсорсингу. Аутсорсинг і кооперація. Аутсорсинг у виробництві. Розвиток міжнародного ринку аутсорсингових послуг. Аутсорсинг і сучасні концепції менеджменту. Аутсорсинг на ринку авіаційних послуг.

Тема 2. Теоретичні положення аутсорсингу на електронному ринку

Визначення і термінологія аутсорсингу. Форми та види аутсорсингу. Сфери застосування аутсорсингу. Місце аутсорсингу в бізнес-системі. Аутсорсинг сфери

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 7 із 12	

допоміжного виробництва. Аутсорсинг сфери управління. Аутсорсинг сфери послуг. Аутсорсинг людських ресурсів.

Тема 3. Процес аутсорсингу

Структура процесу аутсорсингу. Стратегічне обґрунтування процесу аутсорсингу. Аналіз фактичного стану і стратегічне позиціонування. Структуризація функцій і бізнес-процесів. Прийняття рішення «Виготовляти чи купувати». Економічне обґрунтування аутсорсингу. Оцінка та порівняння витрат. Аналіз доданої цінності. Вибір постачальника послуг. Аналіз ринку послуг аутсорсингу. Критерії вибору постачальника послуг. Аутсорсинг як спосіб зниження експлуатаційних витрат авіаперевізниками.

Тема 4. Угода про аутсорсинг та управління його реалізацією

Суть угоди про аутсорсинг. Термін дії угоди. Загальні положення і стандартний зміст угоди. Управління угодою. Гарантія безпеки, захист інформації і комерційних інтересів сторін. Аутсорсинг технічного обслуговування авіакомпаній.


Тема 5. Аутсорсинг інформаційних технологій

Ринок аутсорсингу на електронному ринку. Вплив аутсорсингу на електронному ринку на розвиток бізнесу. Розвиток окремих видів послуг аутсорсингу на електронному ринку. Офшорний IT-аутсорсинг. Аутсорсинг корпоративних інформаційних систем. Секюриті-аутсорсинг в авіації.

Тема 6. Аутсорсинг у маркетингу

Концепція аутсорсингу на електронному ринку. Типи провайдерів і еволюція аутсорсингу на електронному ринку. Ефективність аутсорсингу на електронному ринку. Аутсорсинг послуг підтримки польотів

Тема 7. Аутсорсинг в практиці українського бізнесу: рішення і перспективи. Тенденції розвитку українського ринку аутсорсингу на електронному ринку. аутсорсингу на електронному ринку. Аутсорсинг як стратегія компанії.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 8 із 12	


2.3. Тематичний план.

№ пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)								
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання				
		Усього	Лекції	Прак. заняття	СРС	Усього	Лекції	Прак. заняття	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Модуль №1 «Аутсорсинг на електронному ринку»										
1.1	Виникнення і розвиток аутсорсингу на електронному ринку	3 семестр				3 семестр				
		12	2	2 2	6	8	2		6	
1.2	Теоретичні положення аутсорсингу на електронному ринку	12	2	2 2	6	12	2		10	
1.3	Процес аутсорсингу	14	2	2 2 2	6	10	-	-	10	
1.4	Угода про аутсорсинг та управління його реалізацією	14	2	2 2 2	6	4 семестр				
						18	2	2	14	
1.5	Аутсорсинг інформаційних технологій	12	2	2 2	6	16			16	
1.6	Аутсорсинг у маркетингу	16	2 2	2 2 2	6	18	2	2	14	
1.7	Аутсорсинг в практиці українського бізнесу: рішення і перспективи	12	2	2 2	6	15			15	
1.8	Домашнє завдання	8	-	-	8	-	-	-	-	
1.9	Модульна контрольна робота №1	5	1	-	4	-	-	-	-	
1.10	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8	
Усього за модулем №1		105	17	34	54	105	8	4	93	
Усього за навчальною дисципліною		105	17	34	54	105	8	4	93	

2.4. Домашнє завдання.

В третьому семестрі студенти виконують домашнє завдання (ДЗ), відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни в області електронного маркетингу.

Конкретна мета ДЗ полягає в отриманні уявлення про основи та особливості маркетингу на електронному ринку, про завдання та їх вирішення в цій сфері,

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 9 із 12	

про особливості використання маркетингових інструментів в Інтернет-середовищі та формування у студентів умінь застосовувати ці інструменти та методи у практичній діяльності.

Для успішного виконання ДЗ студент повинен **знати** поняття й принципи управління маркетингом на електронному ринку, особливості управління маркетингом в мережі, основні маркетингові прийоми побудови ефективної системи маркетингу підприємства в мережі Інтернет, особливості застосування сучасних інструментів маркетингу для проведення підприємством рекламних кампаній у мережі Інтернет та **вміти** вирішувати маркетингові завдання із використанням можливостей Інтернету та **вміти** аналізувати веб-сайт маркетингового агентства, представленого в Інтернеті розробити маркетингову стратегію представництва фірми в Інтернеті

Виконання, оформлення та захист ДЗ здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання ДЗ, – до 8 годин самостійної роботи.

Для студентів **ЗФН** – завдання для виконання контрольної роботи розробляються автором робочої програми. Навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій. Наприклад, номер варіанту теоретичної частини та практичної частини визначається за першою літерою прізвища та останньою цифрою індивідуального навчального плану студента.

2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену.

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до екзамену, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання


При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.

3.2.2. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – 259 с.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 10 із 12	

3.2.3. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах: навчальний посібник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. 224 с.

3.2.4. Плєскач В. Л., Затонацька Т. Г. Електронна комерція : Підруч. К.: Знання, 2017. 535 с

3.2.5. Reznik Nadiia P., Slobodianyк Anna M., Blahodatnyi Andrii S. The Use of Speculative Operations in the Capital Market and Their Importance. The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries. ICBT 2020. Lecture Notes in Networks and Systems. 2021. № 194. P. 1487-1495. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-69221-6_110

3.2.6. Sakhno A., Hryvkivska O., Salkova I., Kucher L. Evaluation of the Efficiency of Enterprises by the Method of Analysis of Functioning Environment. Journal of Environmental Management and Tourism. 2019. Vol. X. No. 3 (35). Pp. 499–507.

3.2.7. Янчук Т.В., Салькова І.Ю., Буга Н.Ю. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства засобами сучасних інформаційних технологій. Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development. –Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. – 716 p.

Допоміжна література

3.2.8. Slobodianyк A.N., Reznik N.P., Abuselidze G.D. Value Assessment of Shares of Corporate Issuers by Applying the Methods of Fundamental Analysis in the Stock Exchange Market. The Challenge of Sustainability in Agricultural Systems. Lecture Notes in Networks and Systems. 2021. № 205. P. 379-385. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-73097-0_42

3.2.9. Sakhno A., Salkova I., Broyaka A., Priamukhina N., A Methodological Analysis for the Impact Assessment of the Digitalisation of Economy on Agricultural Growth. International Journal of Advanced Science and Technology. 2020. v. 29, n. 8s, p. 242 – 249.

3.2.10. Hryvkivska O., Kotvytska N., Ivanova N., Pryimak N., Salkova I. (2021) Economic Security Formation of Enterprise Under the Conditions of Steady Development. European Journal of Sustainable Development. 2021. 10 (1). Pp. 561-570 <https://doi.org/10.14207/ejsd.2021.v10n1p561>

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.3.1. www.mr.com.ua

3.3.2. www.er.nau.edu.ua

3.3.3. Головне управління статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>

3.3.4. Українська Асоціація Маркетингу <http://uam.in.ua/>

3.3.5. Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 11 із 12	

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1.

Таблиця 4.1

	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Вид навчальної роботи	Модуль №1 «Аутсорсинг на електронному ринку»	
	3 семестр	4 семестр
Виконання тестових завдань під час практичних занять	18	20
Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на практичних заняттях	18	20
Виконання та захист домашнього завдання	20	-
Виконання та захист контрольної роботи (ЗФН)	-	20
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>34 балів</i>	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	24	-
Усього за модулями №1	80	60
Семестровий екзамен	20	40
Усього за дисципліною	100	


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Сума підсумкової семестрової модульної та **екзаменаційної** рейтингових оцінок, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

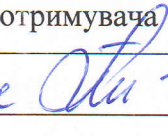
4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./E** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Аутсорсинг на електронному ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		Стор. 11 із 12	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	ОВО2	22.09.21	Фігурко Мелішук		

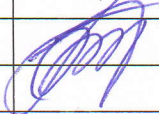
(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності
1.	Борисенко О.С.	22.08.2022		є адекватним

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				