

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

УЗГОДЖЕНО

Декан ФЕБА


 Сергій СМЕРЧЕВСЬКИЙ
 «06» 02 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи


 Анатолій ПОЛУХІН
 «08» 02 2023 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Основи розробки та просування сайту»

Освітньо-професійна програма: «Електронний маркетинг»

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Форма навчання	Семестр	Усього (годин/кредитів ECTS)	Лекції	Практ. заняття	Лабораторні	Самостійна робота	ДЗ / РГР / К	КР / КПр	Форма сем. контролю
Денна:	4	90/3	17	17	-	56	1 ДЗ – 4с	-	диф.залік 4 с
Заочна	4,5	90/3	6	4	-	80	1 К.р.-5 с	-	диф.залік 5 с

Індекс: НБ-6-075-2/21-2.1.26,
 РБ-6-075-2/21-2.1.26,
 НБ-6-075-2з/21-2.1.26,
 РБ-6-075-2з/21-2.1.26



Робочу програму навчальної дисципліни «Основи розробки та просування сайту» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Електронний маркетинг», навчальних та робочих навчальних планів: №НБ-6-075-2/21, №РБ-6-075-2/21, №НБ-6-075-2з/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:
доцент кафедри маркетингу _____ Олексій ЯРМОЛЮК

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Електронний маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол № 15 від « 22 » 08 2022р.

Гарант освітньо-професійної програми _____ Олексій ЯРМОЛЮК

Завідувач кафедри _____ Тетяна КНЯЗЄВА

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 1 від « 29 » 08 2022р.

Голова НМРР _____ Анатолій ТОФАНЧУК



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	4
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	5
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 підсумкової контрольної роботи.....	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..	10



ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Основи розробки та просування сайту» розробляється на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 р. №249/од та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця в галузі маркетингу.

Метою Підготовка фахівців з електронного маркетингу, які володіють комплексом сучасних теоретичних і практичних знань, умінь та навичок розробки та просування сайтів в мережі Інтернет, вибору засобів та використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій для ведення ефективної маркетингової діяльності в мережі Інтернет.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- формування у студентів системи знань щодо роботи в мережі інтернет та створення сайтів;
- набуття навичок використання HTML, CSS, JavaScript, доменів, хостингу, серверів.
- вибору систем управління контенту та дизайну для сайтів;
- оволодіння специфікою роботи сайтів та визначення тригерів;
- набуття знань щодо створення та просування сайтів;
- розуміння доцільності вибору та використання маркетингових інструментів за для просування сайтів;
- розуміння сутності, принципів, видів та методів організації сайтів;
- володіння технікою створення унікального контенту для просування сайтів;
- вміння визначати та аналізувати цільову аудиторію;
- розуміння факторів, які впливають на віральність медійної реклами різних форматів в соціальних мережах та в мобільному маркетингу;
- передбачати ризики роботи в інтернет.

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

- Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності (ПРН1).
- Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності (ПРН2).
- 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).
- Володіти інноваційними методами збору, аналізу та прогнозування фінансово-економічних результатів діяльності підприємств споживчого і промислового ринків,



обґрунтовувати господарсько-фінансові рішення на основі використання методів і інструментів обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування господарської діяльності підприємств (ПРН24).

– 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, вміння 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.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути наступні компетентності:

– 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 (ІК).

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

– Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4).

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

– Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу (ФК2).

– 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).

– Здатність виявляти знання та розуміння можливостей інформаційно-комунікаційних технологій як способів дослідження соціально-економічних процесів і явищ, використання сучасного програмного забезпечення при прийнятті маркетингових рішень в професійної діяльності (ФК17).

– Здатність розуміти особливості програмного продукту та послуг на електронному ринку, застосувати основні засоби і методи планування та організації збуту на електронному ринку, налагоджувати комунікації за допомогою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет та планувати, впроваджувати та проводити маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах, розробляти стратегії та оптимально вибирати інструменти та методи ефективного оптимізування веб-сайтів, збирати, аналізувати, вимірювати, подавати та тлумачити інформацію про відвідувачів веб-сайтів з метою прийняття дієвих маркетингових рішень для ринкових суб'єктів в тому числі підприємств авіаційної галузі (ФК21).

1.4. Міждисциплінарні зв'язки

Навчальна дисципліна «Основи розробки та просування сайтів» базується на знан-



нях таких дисциплін: «Філософії», «Маркетингу», «Інтернет-маркетингу», «Основ управління якістю товарів» та є базою для вивчення таких дисциплін як «Маркетинг програмного продукту», «Управління споживчим досвідом (customer experience)», «Комунікації в Інтернеті», «Управління Інтернет-проектами», а також проходження маркетингово-дослідницької практики та написання кваліфікаційної роботи

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля №1 «Теоретичні основи розробки та просування сайту», який є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля

Модуль № 1 «Теоретичні основи розробки та просування сайту»

Інтегровані вимоги модуля №1:

знати:

- теоретико-методичні основи дослідження та аналізу поведінки споживачів;
- теоретико-методичні основи веб-дизайну;
- теоретико-методичні основи HTML;
- теоретико-методичні основи CSS;
- теоретико-методичні основи веб-верстки;
- теоретико-методичні основи серверних технологій;
- теоретико-методичні основи PHP;
- теоретико-методичні основи CMS;
- фактори впливу на поведінку споживачів;
- маркетингові інструменти просування сайтів;
- як розробляти цільові маркетингові заходи та завойовувати лояльність клієнта;

вміти:

- оцінювати та прогнозувати поведінку користувачів сайту;
- аналізувати зміст процесу прийняття рішень щодо вибору дизайну сайту, CMS;
- визначати фактори, які впливають на поведінку користувачів сайтів;
- проводити кількісні та якісні дослідження поведінки споживачів на сайті;
- створювати сайти;
- управляти попитом на товари та послуги через сайт;
- розробляти та реалізовувати просування сайту.

Тема 1. Історія виникнення Інтернет

Історія всесвітньої мережі Інтернет. Сервер ARPANET. Мережа Арпанет. Internet Relay Chat. NSFNet.

Тема 2. Основні поняття розробки веб сайтів

Послідовність етапів розробки сайту: від ідеї до реалізації. Етапи розробки сайту: визначення тематики та основної мети проекту; розробка технічного завдання; прототипування, макетування та дизайн; верстка та програмування; наповнення контентом; тестування; здача готового проекту; критерії вибору виконавця.

Тема 3. Основні технології створення сайту



Ручна за допомогою HTML. Програмні засоби розробки сайтів. Інструментальні систем CMS. Фреймворкі. SaaS-платформи в CLOUD. Сутність веб-дизайну. Композиція. Компонування. Типографіка. Ієрархія та контраст. Колористика. UX/UI-дизайн. Інструменти веб-дизайнера.

Тема 4. Сучасні тенденції розробки сайтів

Темна колірна схема. Колаж. Антидизайн. Мінімалізм. Органічний дизайн. Ілюстрації. Функціональність, інклюзивність і доступність. Моушн-дизайн і інтерактивність. 3D і геометричний дизайн.

Тема 5. Сайти і їх класифікація

Візитна картка. Landing Page. Персональний. Корпоративний. Інтернет-магазин. Каталог.

Тема 6. HTML. CSS. Java script

Еволюція HTML. HTML-редактори. Поняття тег. Тегі верхнього рівня. Тегі заголовків. Тегі для роботи з текстом. Тегі і параметри для роботи з зображеннями. Тегі і параметри для роботи з посиланнями. Тегі і параметри для роботи з таблицями. Тегі і параметри для роботи з списками. Еволюція CSS. Види CSS. Параметри CSS для роботи з блочними елементами. Параметри CSS для роботи з інлайнними елементами. Параметри CSS для роботи з контентом. Параметри CSS для роботи з зображеннями. Параметри CSS для роботи з посиланнями. Параметри CSS для роботи з таблицями. Параметри CSS для роботи з списками. Параметри CSS для роботи з різними пристроями. Framework. Анімація за допомогою CSS.

Тема 7. Таблиці та списки

Маркований список. Створення маркованого списку. Стилї маркерів списку. Багаторівневі списки. Основні поняття серверних технологій. Локальний сервер. Віртуальний сервер.

Тема 8. PHP. MySQL

Основні поняття, функції та завдання PHP та MySQL. Методи застосування PHP та MySQL. Практичне значення PHP та MySQL.

Тема 9. Домен та хостинг

Домен. Хостинг, види та управління. Мови програмування для створення сайтів. JavaScript. Основи PHP.

Тема 10. Веб конструктори

Загальна класифікація веб конструкторів. Принципи застосування веб конструкторів. Детальний огляд: Weblium. Wix. Webnode. MotoCMS 3. Site123.

Тема 11. Системи управління контентом (CMS)

Види систем управління контентом. Огляд, переваги і недоліги популярних CMS. Вибір CMS відповідно до бізнес та маркетингових цілей. Встановлення CMS. Створення та управління контентом за допомогою CMS.

Тема 12. Дизайн та Usability

Історія всесвітньої мережі Інтернет. Історія веб-дизайну. Сутність веб-дизайну. Композиція. Компонування. Типографіка. Ієрархія та контраст. Колористика. UX/UI-дизайн. Інструменти веб-дизайнера.

Тема 13. Веб аналітика

Поняття «веб-аналітики». Основні показники ефективності. Процес прийняття рішень на основі звітів з веб-аналітики.

Тема 14. Основні засоби просування

Інструменти інтернет-маркетингу. Контент маркетинг. SEO-маркетинг. Відео-маркетинг. Банерна реклама. Контекстна та таргетована реклама. E-mail маркетинг.



Статистика соціальних мереж. Інструменти управління та Web-аналізу. Програмне забезпечення електронного маркетингу.

Тема 15. Вибір та обґрунтування інструментів Інтернет-маркетингу

Визначення специфіки сфери бізнесу. Аналіз можливостей підприємства. Дослідження інтересів цільової аудиторії. Орієнтація на сучасні тенденції розвитку інтернет-маркетингу.

2.3. Тематичний план

№ п/п	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС	Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Модуль №1 «Теоретичні основи розробки та просування сайтів»									
1.1	Історія виникнення Інтернет. Основні поняття розробки веб сайтів	4 семестр				4 семестр			
		9	2	2	5	14	-	-	14
1.2	Основні технології створення сайту. Сучасні тенденції розробки сайтів	10	2	2	6	16	2	-	14
1.3	Сайти і їх класифікація. HTML. CSS. Java script	10	2	2	6	5 семестр			
						6	-	-	6
1.4	Таблиці та списки. PHP. MySQL	9	2	2	5	6	-	-	6
1.5	Домен та хостинг. Веб конструктори	10	2	2	6	8	-	2	6
1.6	Системи управління контентом (CMS). Дизайн та Usability	10	2	2	6	8	2	-	6
1.7	Веб аналітика.	10	2	2	6	7	-	1	6
1.8	Основні засоби просування. Вибір та обґрунтування інструментів Інтернет-маркетингу	11	2	2	6	8	2	-	6
1.9	Модульна контрольна робота №1	3	1	-	2	-	-	-	-
1.10	Домашнє завдання	8	-	-	8	-	-	-	-
1.11	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8
1.12	Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)	-	-	-	-	9	-	1	8
Усього за модулем №1		90	17	17	56	90	6	4	80
Усього за навчальною дисципліною		90	17	17	56	90	6	4	80

2.4. Домашнє завдання, завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН).

В четвертому 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 основ розробки та просування сайтів.

Конкретна мета ДЗ полягає в отриманні уявлення про основи та особливості основ розробки та подальшого просування сайтів, про особливості використання методів розробки та просування сайтів і формування у студентів уміння застосовувати ці методи в практичній діяльності.



Для успішного виконання ДЗ студент повинен **знати** теоретичні підходи щодо основ розробки сайтів, теоретичні підходи щодо просування сайтів, основні поняття й принципи розробки та просування сайтів, особливості використання інструментів та сервісів задля розробки та просування сайтів та **вміти** виявляти споживчі потреби, виявляти чинники впливу та забезпечення конкурентоспроможності щодо розробки та просування сайтів, застосовувати теоретичні, методичні та організаційні основи щодо розробки та просування сайтів; будувати основні схеми управління процесами розробки та просування сайтів, аналізувати та застосовувати на практиці принципи, методи й правила розробки та просування сайтів.

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.

Контрольна робота (ЗФН) з дисципліни виконується в четвертому семестрі, тематика розробляється автором робочої програми. Вказані навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання контрольної складає 8 годин самостійної роботи.

2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи (у випадку диференційованого заліку ЗФН).

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до підсумкової контрольної роботи, 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. Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни / пер. з англ. В. Стельмах. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2019. 240 с.

3.2.2. Б. Джозеф Пайн II, Джеймс Г. Гілмор. Економіка вражень: битва за час, увагу та гроші клієнта. Vivat. 2021. 416 с.

3.2.3. Окландер М.А., Жарська І.О. Поведінка споживача: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2019 р. 208 с.

3.2.4 Якісне створення рекламних кампаній в Google Adwords. URL: <https://support.google.com/google-ads/answer/3455481?co=DWORDS.uk>

3.2.5. Денис Каплунов. Королі соціальних мереж. Book Chef. 2022. 432 с.

3.2.6. Плахотнікова Л.О. Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 108 с.

3.2.7. Ярмолюк О.Я., Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Теоретико-методологічні аспекти таргетованої реклами, як інструменту комплексного інтернет-маркетингу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Херсон.: ХДУ, 2022.



Вип. 46. Режим доступу до видання: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/786>

3.2.8. Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Ярмолюк О.Я. Інноваційні підходи проведення маркетингових досліджень сучасних підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. науково-виробничий журнал. Запоріжжя.: КПУ, 2022. Вип. 2(125).

Допоміжна література

3.2.9. Маркетингові дослідження: конспект лекцій / МОН України, Національний авіаційний університет; Загорулько В. М., Коваленко О. В., Скиданенко Н. В. Київ: НАУ, 2015. 76 с. Електронна мультимедійна бібліотека

3.2.10. Ярмолюк О.Я., Фісун Ю.В., Шаповалова А.А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. Підприємство та інновації. Науковий журнал з питань економіки та бізнесу. Випуск 11, 2020. Частина 2. С. 62-66.

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.3.1. Онлайн посібник HTML - <https://www.w3schools.com/html>

3.3.2. Онлайн посібник CSS - <https://www.w3schools.com/css>

3.3.3. Онлайн посібник PHP - <https://www.w3schools.com/php/>

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ.

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

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
	Модуль №1	
	4 семестр	4, 5 семестр
Виконання тестових завдань під час практичних занять	32 (сумарно)	20
Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на практичних заняттях	32 (сумарно)	20
Відповіді на практичних заняттях (з урахуванням виконання завдань, отриманих під час настановної сесії)	-	
Виконання та захист контрольної роботи (ЗФН)	-	30
Виконання та захист домашнього завдання	11	-
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>45 балів</i>	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	25	-
<i>Підсумкова семестрова контрольна робота</i>	-	30
Усього за модулем №1	100	100
Усього за дисципліною	100	

Залікова рейтингова оцінка визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.

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



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. В випадку **диференційованого заліку** підсумкова семестрова рейтингова оцінка, перераховується в оцінку за національною шкалою та шкалою ECTS.

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.



(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	0302	08.02.23	Фігерідо Мекенге	<i>[Signature]</i>	

(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

(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				
Узгоджено				