

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ
«SEO ТА WEB АНАЛІТИКА»**

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань *07 «Управління і адміністрування»*

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *Маркетинг та Digital-комунікації*

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності *075 «Маркетинг»*

« _____ » *2024 р. протокол № _____*

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

1. Загальна інформація

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)
Викладач: **Значек Рафаела Рафаелівна**, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат технічних наук



[Профайл](#)

Контакти:
rafaehlab88@gmail.com,
048-712-41-03

Освітній компонент викладається на 2 курсі у 4 семестрі

Кількість: кредитів - 4, годин – 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	40	20	20
заочна	16	8	8
Самостійна робота, годин	Денна – 80		Заочна – 104

[Розклад занять](#)

2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «SEO TA WEB АНАЛІТИКА»

Навчальна дисципліна «SEO та WEB аналітика» покликана допомогти студенту в опануванні, в контексті сучасних досягнень теорії та практики, методиками та технологією веб-аналітичного аналізу. У процесі вивчення дисципліни відбувається предметне вивчення та практичне освоєння методології пошукової оптимізації в Інтернет та веб-аналітики, що передбачає з'ясування сутності, змісту, мети і завдань веб-аналітики та пошукової оптимізації, виявлення взаємозв'язків з іншими науковими напрямками, з'ясування методологічного інструментарію та вивчення сучасного стану їх розвитку. А також засвоєння теоретичних основ веб-аналітики; отримання практичних навичок веб-аналітичної діяльності; виявлення передумов і закономірностей появи веб-аналітичної діяльності.

Мета SEO та WEB аналітики полягає у систематизації основних наукових знань про веб-аналітику; розкритті змісту технології організації веб-аналітичної діяльності, знайомстві з існуючими програмами веб-аналітики; опануванні методики проведення веб-аналітичних досліджень.

Основним завданням вивчення дисципліни є надання студентам знань про цілісну систему веб-аналітики, загальних засад, методології, структури, функцій, історії розвитку та її провідних сучасних тенденцій. Розкриття передумови і закономірності появи веб-аналітичної діяльності. Ознайомлення з існуючими програмами веб-аналітики.

3. Мета освітнього компоненту

Метою освітнього компоненту є виклад принципів та методів, які відображають підхід до сучасного маркетингу в рамках розвитку інформаційних технологій та цифрових носіїв. Тобто це підхід до розуміння аналізу, планування, впровадження в життя, а також до контролю та здійснення заходів розрахованих на просування товарів та послуг підприємства на цільових ринках та досягнення конкретної мети організації шляхом використання нових технологій в Інтернет та цифрових технологій поза межами Інтернет.

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні

знати :

- способи аналізу роботи сайту, критерії ефективності;
- конверсію та її показники, цільові сторінки і зв'язки з конверсією;
- основні показники конверсії, роботу з розширеними сегментами, аналіз джерел трафіку, конверсію переходів;
- аналіз пошукових систем і ключових слів, використання міток в URL;
- загальні теоретичні основи SEO-оптимізації сайтів;

- теоретичні засади пошукової оптимізації та контекстної реклами;
- теоретичні основи побудови семантичного ядра сайту, внутрішньої та зовнішньої оптимізації сайту;
- теоретичні основи веб-аналітики; зв'язки Google Analytics з іншими сервісами Google, інтеграцію Google Analytics з Google Adwords і з пошуковими системами, відстеження доменів і субдоменів, способів обліку транзакцій на сайті;

вміти :

- здійснювати оцінку ефективності розкрутки сайту за допомогою вебаналітики;
- використовувати основні інструменти веб-аналітики, досліджувати ринок і визначати цільову аудиторію, аналізувати конкурентів та обирати цілі сайту;
- налаштовувати відстеження відправки форми через тег менеджер;
- аналізувати зміст сайтів, формувати звіти в режимі реального часу, фільтрувати вхідний трафік, відстежувати події, налаштовувати користувальницькі сегменти;
- налаштовувати цільові сторінки, установки і перевірки стану коду відстеження на сайті, аналізу посилань і дизайну сайту;
- використовувати звіти по інтересам, створювати пошукові запити; здійснювати аналітику форм та загальний моніторинг сайту.

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «SEO ТА WEB АНАЛІТИКА» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»](#) та освітньо-професійній програмі [«Маркетинг та digital-комунікації»](#) підготовки бакалаврів.

Інтегральна компетентність

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.

Загальні компетентності:

- ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
- ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
- ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні
- ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН19*. Впроваджувати ефективні маркетингові інструменти з урахуванням специфіки діяльності підприємств у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг з використанням digital-комунікацій.

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

5.1 Перелік лекційних завдань

Тема	Зміст теми	Кількість годин	
		денна	заочна
Змістовий модуль 1. Концепція пошукової оптимізації			
1	Теоретичні основи SEO-оптимізації сайтів. Принципи функціонування пошукових систем. Поняття та призначення контекстної реклами. Базові принципи здійснення пошукової оптимізації.	2	1
2	Побудова семантичного ядра сайту. Поняття семантичного ядра сайту. Ефективний підбір ключових слів. Внутрішня оптимізація сайту. Зовнішня оптимізація сайту. Біржі посилань, біржі статей та seo-агрегатори: призначення та правила використання.	4	1
3	Моніторинг та супровід сайтів. Статистика входів. Управління індексацією сайту. Особливості розкрутки сайту через субдомени.	2	1
4	Пошукове позиціонування. Розсилка на дошки оголошень. Ведення розсилки сайту. Несанкціоновані розсилки (спам). Додавання контенту.	2	1
5	Аналітика сайту. Основні поняття і принципи роботи. Способи аналізу роботи сайту. Основні інструменти веб-аналітики. Огляд популярних трекерів. Критерії ефективності роботи сайту. Дослідження ринку і визначення цільової аудиторії. Дослідження конкурентів. Конверсія та показники конверсії. Цільові сторінки і зв'язок з конверсією. Вибір цілей сайту.	4	1
6	Основні концепції веб-аналітики. Сегментація аудиторії Інтернет проекту. Загальна структура маркетингового проекту. Огляд систем веб-аналітики. Взаємодія браузера і сайту.	2	1
7	Програми веб-аналітики. Аналіз змісту сайтів. Виявлення переваг користувачів. Відстеження пошуку по сайту. Зв'язка Google Analytics з іншими сервісами Google. Інтеграція Google Analytics з Google Adwords і з пошуковими системами.	2	1
8	Налаштування ремаркетингу. Відстеження доменів і субдоменів. Формування звітів в режимі реального часу. Формування цілей по довільним параметрам.	2	1
Разом за ОК:		20	8

5.2 Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва практичної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Введення в пошукову оптимізацію	2	1
2	Підготовка сайту до оптимізації в курсі SEO	2	1
3	Основні настройки і відстеження ефективності в Google Analytics	4	1
4	Додаткові можливості системи Google Analytics	2	1
5	Унікальний контент, написання SEO-текстів для сайту	2	1

6	Зовнішня оптимізація в курсі SEO	4	1
7	Моніторинг та супровід сайтів	2	1
8	Реклама проекту в курсі SEO	2	1
Всього за ОК:		20	8

5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Написання реферату та виступ з презентацією на наступні теми: 1. Контекстна реклама в Яндекс.Директ і Google AdWords. 2. Практичні прийоми оптимізації в курсі SEO. 3. Фільтри пошукових систем. "Чорний" SEO. 4. Основні настройки і відстеження ефективності в Google Analytics. 5. Купівля посилань на біржах посилань. Блогі і просування сайтів. 6. Просування сайтів в соціальних мережах, блогах і RSS-стрічках. 7. Ефективна взаємодія з користувачем в курсі SEO. 8. Оптимізація та просування сайту. 9. Ефективний SEO. 10. Що таке SEO-тексти для сайту? Їх особливості.		
Всього за ОК:		80	104

6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- *тестування знань здобувачів з певних тем або з певних окремих питань ОК;*
- *виконання і захист практичних робіт і завдань до самостійної роботи;*
- *усне опитування за окремими темами;*
- *модульна контрольна робота;*

Підсумковий контроль – **екзамен**.

Нарахування балів:

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	Денна	Заочна
Змістовний модуль 1. Концепція пошукової оптимізації		
Лекційний курс*	14	14
Практичні роботи*	24	16
Самостійна робота (у вигляді індивідуальних завдань)*	12	20
Тестування*	20	20
Всього за змістовний модуль 1	70,0	70,0
Екзамен	30,0	30,0
Всього	100,0	

*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті](#).

Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів
Підсумковий контроль – екзамен

27-30 балів	якщо здобувач демонструє повні й глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь і навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, уміння приймати необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях, вільне володіння науковими термінами, високу комунікативну культуру	відмінно
23-26 балів	якщо здобувач виявляє дещо обмежені знання навчального матеріалу, допускає окремі несуттєві помилки й неточності	дуже добре
18-22 бали	якщо здобувач засвоїв основний навчальний матеріал, володіє необхідними умінями та навичками для вирішення стандартних завдань, проте при цьому допускає неточності, не виявляє самостійності суджень, демонструє недоліки комунікативної культури	задовільно
0-17 балів	якщо здобувач не володіє необхідними знаннями, умінями й навичками, науковими термінами, демонструє низький рівень комунікативної культури	незадовільно

Контрольні заходи під час лекційного курсу

Бали	Критерії оцінювання	Оцінка
12-14	Здобувач відвідував 90-100 % лекційних занять, надавав повні та обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін або попередніх тем під час експрес-опитування, брав активну за власною ініціативою участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив проблемні запитання, брав участь в обґрунтовуванні висновків-резюме за підсумками розгляду теми лекції чи окремих питань	відмінно
9-11	Здобувач відвідував 80-90 % лекційних занять, надавав вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	дуже добре
6-8	Здобувач відвідував 60-80 % лекційних занять, надавав достатньо вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	добре
3-5	Здобувач відвідував не менше 50 % лекційних занять, надавав достатні, але не обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції	достатньо
0-2	Здобувач відвідував не більше 50% лекційних занять, не брав участі в експрес-опитуваннях щодо базових аспектів теми лекції та не брав участі у дискусіях з проблемних аспектів лекції	незадовільно

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – денна форма навчання – 8 практичних робіт)

3,0 – 2,7 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
2,6 - 2,3 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
2,2 – 1,9 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
1,8 – 1,6 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
1,5 – 0 балів	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – заочна форма навчання – 8 практичних робіт)

2,0 – 1,8 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
1,7 - 1,5 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
1,4 – 1,2 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
1,1 – 0,8 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
0,7 – 0 балів	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи денна форма навчання)

12,0 – 11,5 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
11,4 - 9,9 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
9,8 – 7,3 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
7,2 – 4,7 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
4,6 – 0 балів	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи заочна форма навчання)

20,0 – 19,0 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
18,9 - 15,0 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
14,9 – 12,0 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
11,9 – 7,0 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
6,9 – 0 балів	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Тестування (в процесі модульного контролю)

20,0-18,0	100 - 81 % правильних відповідей	відмінно
17,0 -15,0	80 – 64 % правильних відповідей	дуже добре
14,0 – 12,0	63 – 55 % правильних відповідей	добре
11,0 – 10,0	54 – 43 % правильних відповідей	достатньо
9 – 0	42 – 0 % правильних відповідей	незадовільно

7. Засоби діагностики успішності навчання

Методи навчання, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

Лекційні заняття: *Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія; Наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація; пояснювально-демонстративний метод, проблемний виклад.*

Практичні заняття: *аналіз конкретних ситуацій (проблемних, звичайних, нетипових); групове обговорення питання; дискусії, виконання ситуаційно-розрахункових задач, інтерактивні методи навчання (проблемне навчання, робота в малих групах, кейс-метод, мозговий штурм, проєктний метод), тренінг, технології ситуативного моделювання, технології опрацювання дискусійних питань*

Самостійна робота: *робота з навчально-методичними матеріалами, робота зі статистично-аналітичними звітами, складання планової та звітної документації, науково-дослідна робота студентів (методи пізнання, аналогії, оцінка, ілюстрація тощо), складання скетчів за темами лекцій, реферування, конспектування)*

8. Інформаційні ресурси

Базові (основні):

1. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст]: кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар; відп. секретар О. В. Євтушок; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. – Одеса: Лерадрук, 2020. – 757 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1626597>

2. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу [Текст]: навч. посіб. Ч. 1 – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. – 184 с.

<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.166974>

3. Бородкіна І. Л., Бородкін Г.О. Web-технології та Web-дизайн: застосування мови HTML для створення електронних ресурсів [Текст]: навч. посіб.; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ: Ліра-К, 2020. – 212 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1625020>

4. Мальська М. П., Кізіма В. Л., Жук І.З. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика [Текст]: підручник; Львів. нац. ун-т ім. Франка. – Київ: ЦУЛ, 2021. – 336 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1736473>

5. Сенишин О. С., Кривешко О.В. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб.; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 2020. – 347 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1805993>

6. Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Забуранна Л.В. та ін. Маркетинг міжнародного туризму [Текст] : навч. посіб.; за ред. Я. С. Ларіної. – Херсон: Видавничий дім "Гельветика", 2019. – 412 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1663492>

7. Кордзая Н. Р. Конспект лекцій "Інтернет-маркетинг" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг" 076 "Підприємництво, торгівлі та біржова діяльність"; відп. за вип. В. В. Лагодієнко; Каф. маркетингу, підприємництва та торгівлі. – Одеса: ОНАХТ, 2020. – Електрон. текст. дані: 30 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1671508>

8. Лозовська Г. М., Значек Р.Р. Конспект лекцій з курсу "Маркетинг послуг" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг" ден. та заоч. форми навчання; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, п.і. торгівлі. – Одеса: ОНАХТ, 2022. – Електрон. текст. дані: 68 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1731263>

9. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах: навч. посіб. / Ун-т економіки та права "КРОК". – Київ, 2021. – 224 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.2062669>

10. Маркетингові системи розподілу [Текст] : навч. посіб. / Л. С. Безугла, І. В. Перезова, В. В. Лагодієнко та ін. ; Нац. техн. ун-т "Дніпров. політехніка", Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу, Одес. нац. технол. ун-т, Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. – Дніпро : Грані, 2022. – 244 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.2069311>

Додаткова:

1. Іванечко Н. Р., Процишин Ю.Т., Никитишин Т.В. Цифрові технології в роздрібній торгівлі: зарубіжний та Український досвід [Текст] // Економіка харчової промисловості: наук. журн. – 2020. – Т. 12, № 1. – С. 77-85

2. Іванченкова Л. В., В. Ю. Скляр. Конспект лекцій з дисципліни "Бізнес планування в сфері гостинності" [Електронний ресурс] : для магістрів за спец. 241 "Готельно-ресторанна справа"; відп. за вип. А. К. Д'яконова; Каф. готельно-ресторанного бізнесу. – Одеса: ОНАХТ, 2020. – Електрон. текст. дані: 29 с.

3. Мунтян І. В., Євтушок О.В., Гнатовська Д.О. Соціальна реклама в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку [Текст] // Економіка харчової промисловості. – 2020. – т. 12, № 2. – С. 55-61.

4. Нікішина О. В., Тараканов М. Л. Маркетинговий вимір механізмів логістичної взаємодії у ланцюгах товарних ринків // Економіка харчової промисловості: наук. журн. – 2021. – Т. 13, № 2. – С. 39-49.

9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#), [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015 та роботодавців](#).

Викладач

/ПІДПИСАНО/

Рафаела ЗНАЧЕК

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри _____

Протокол від « ____ » _____ 2024 р. № ____

Завідувач кафедри

/ПІДПИСАНО/

Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг та Digital-комунікації*
доцент, кафедра МПіТ

/ПІДПИСАНО/

Вікторія МІЛЬЧЕВА