

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



**СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ  
«ОРГАНІЗАЦІЯ ВЕДЕННЯ БЛОГУ»**

Мова навчання – *українська*

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

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *Маркетинг*

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:** Мільчева Вікторія Василівна, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, PhD



**Контакти:**  
milchewa.v@gmail.com,  
048-712-41-03

[Профайл](#)

Освітній компонент викладається на 3 –му курсі у 2-му семестрі для денної та заочної форм навчання

Кількість кредитів ECTS - 4, годин – 120

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

[Розклад занять](#)

## 2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «Організація ведення блогу» спрямований на формування у здобувачів практичних навичок створення та управління блогами як інструментами цифрової комунікації, розвитку особистого бренду та просування бізнесу. Вона надає ґрунтовні знання з планування контенту, аналітики, SEO-оптимізації та монетизації, враховуючи сучасні тренди та технології.

Освітній компонент «Організація ведення блогу» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти в результаті вивчення освітніх компонент «Маркетинг», «Поведінка споживача», «Практична стилістика і копірайтинг», «Маркетинг соціальних мереж (SMM)», «Бізнес-комунікації у маркетингу».

## 3. Мета освітнього компоненту

Основна мета курсу «Організація ведення блогу» полягає в тому, щоб навчити студентів основним принципам та технікам ведення блогу, які дозволять створювати високоякісний контент, залучати та утримувати аудиторію, а також ефективно використовувати блог як інструмент для особистого брендингу або розвитку бізнесу.

В результаті вивчення курсу «Організація ведення блогу» студенти повинні:

**знати:**

- основи ведення блогу, його значення та роль у сучасних комунікаціях;
- основні типи блогів, їхні особливості та функціональні можливості;
- принципи розробки та реалізації контент-стратегії;
- методи оптимізації блогу для пошукових систем (SEO);
- основи монетизації блогу та способи досягнення фінансової вигоди від його ведення.

**вміти:**

- визначати цільову аудиторію блогу та аналізувати її потреби;
- розробляти контент-план та створювати якісний контент, відповідний обраній

тематиці та цільовій аудиторії;

- дизайнувати блог з урахуванням принципів зручності користування та естетичної привабливості;
- використовувати інструменти для SEO-оптимізації та просування блогу в мережі Інтернет;
- застосовувати різні методи монетизації блогу для отримання доходу.

#### **4. Компетентності та програмні результати навчання**

У результаті вивчення освітнього компоненту «Організація ведення блогу» 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.
- ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК11. Здатність працювати в команді.
- ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.
- ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

##### ***Спеціальні компетентності (СК)***

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу.

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

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній 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.

СК16. Здатність використовувати інструменти digital-комунікацій у просуванні продукції і умовах мінливого ринкового середовища.

##### ***Програмні результати навчання:***

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

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

ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН20. Використовувати інструменти digital-комунікацій для інформаційної підтримки підприємства та підвищення ефективності взаємодії зі споживачами.

## 5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

### 5.1 Перелік лекційних занять

№ теми	Зміст теми	Кількість годин	
		денна	заочна
<b>Змістовий модуль 1 – Основи створення та оформлення блогу</b>			
1.	<b>Вступ до ведення блогу:</b> Огляд історії розвитку блогосфери, значення блогів у сучасному інформаційному просторі, основні типи блогів (особисті, корпоративні, тематичні). Вибір платформи для ведення блогу (WordPress, Blogger, Medium тощо).	3	1
2.	<b>Планування контенту:</b> Розробка контент-стратегії для блогу, створення контент-плану, визначення цільової аудиторії, використання інструментів для планування публікацій (Trello, Asana, Google Calendar).	3	1
3.	<b>Написання ефективних публікацій:</b> Структура якісної публікації (заголовки, підзаголовки, абзаци), написання текстів із використанням ключових слів, створення читабельного і цікавого контенту.	2	1
4.	<b>Дизайн та UX блогу:</b> Основи створення візуально привабливого дизайну блогу, адаптивність під мобільні пристрої, використання кольорів і шрифтів, принципи зручності користування (UX).	2	1
<i>Разом за модулем 1</i>		10	4
<b>Змістовий модуль 2 – Просування, взаємодія та вдосконалення блогу</b>			
1.	<b>SEO та просування блогу:</b> Оптимізація блогу для пошукових систем (SEO), використання ключових слів, налаштування метаописів, створення якісних зовнішніх та внутрішніх посилань.	3	1
2.	<b>Монетизація блогу:</b> Основні способи монетизації (партнерські програми, реклама, продаж послуг чи товарів), оцінка повернення на інвестиції (ROI) у створення контенту.	3	1
3.	<b>Взаємодія з аудиторією:</b> Комунікація з читачами через коментарі, проведення опитувань, організація email-розсилок, залучення нової аудиторії через онлайн-заходи (вебінари, Q&A сесії).	2	1
4.	<b>Аналіз та удосконалення блогу:</b> Використання аналітичних інструментів для оцінки ефективності блогу (Google Analytics), проведення A/B тестування, постійне вдосконалення контенту та дизайну.	2	1
<i>Разом за модулем 2</i>		10	4
<b>Всього за ОК</b>		<b>20</b>	<b>8</b>

### 5.2 Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва практичної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Вступ до ведення блогу.	3	1
2.	Планування контенту.	3	1
3.	Написання ефективних публікацій.	2	1
4.	Дизайн та UX блогу.	2	1

5.	SEO та просування блогу.	3	1
6.	Монетизація блогу.	3	1
7.	Взаємодія з аудиторією.	2	1
8.	Аналіз та удосконалення блогу.	2	1
	<b>Всього за ОК</b>	<b>20</b>	<b>8</b>

### 5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

Назва теми	Кількість годин	
	денна	заочна
<p><i>Написання реферату та виступ з презентацією на наступні теми:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Історія розвитку блогосфери та її роль у сучасному медіапросторі.</li> <li>2. Значення блогів у цифровому маркетингу та їх вплив на аудиторію.</li> <li>3. Порівняння платформ для ведення блогу: переваги та недоліки (WordPress, Blogger, Medium тощо).</li> <li>4. Типи блогів: особисті, корпоративні та тематичні блоги.</li> <li>5. Аналіз демографічних характеристик аудиторії блогу.</li> <li>6. Визначення та аналіз цільової аудиторії для блогу.</li> <li>7. Побудова професійного бренду через ведення блогу.</li> <li>8. Генерація лідів та збільшення продажів за допомогою блогу.</li> <li>9. Створення контент-плану для блогу: методи та інструменти.</li> <li>10. Частота публікацій та календар контенту для блогу.</li> <li>11. Огляд інструментів для планування контенту (Trello, Asana, Google Calendar).</li> <li>12. Використання SEO-інструментів для покращення видимості блогу.</li> <li>13. Роль ключових слів у контенті блогу та їх оптимізація.</li> <li>14. Створення якісного контенту для блогу: основні принципи та підходи.</li> <li>15. Використання мультимедійних елементів для підвищення привабливості контенту.</li> <li>16. Основи дизайну блогу: кольори, типографіка та адаптивність.</li> <li>17. UX-дизайн блогу: як покращити користувацький досвід.</li> <li>18. Психологія кольору та шрифтів у дизайні блогу.</li> <li>19. Адаптивність блогу для мобільних пристроїв: вимоги та кращі практики.</li> <li>20. Партнерські програми як метод монетизації блогу.</li> <li>21. Реклама на блозі: можливості, формати та методи розміщення.</li> <li>22. Вимірювання успішності монетизації блогу: ключові показники.</li> <li>23. Email-маркетинг для підтримки аудиторії блогу.</li> <li>24. Організація онлайн-заходів (вебінарів, Q&amp;A сесій) як метод залучення аудиторії.</li> <li>25. Використання A/B тестування для оптимізації контенту блогу.</li> <li>26. Постійне удосконалення контенту та дизайну блогу.</li> <li>27. Аналітика блогу: як оцінити ефективність публікацій.</li> <li>28. Використання Google Analytics для моніторингу трафіку блогу.</li> <li>29. Залучення аудиторії через соціальні мережі: кращі практики.</li> <li>30. Взаємодія з читачами через коментарі: правила та етика.</li> <li>31. Психологія поведінки користувачів на блозі.</li> <li>32. Пошукова оптимізація (SEO): основи та просунуті методи для блогерів.</li> <li>33. Використання зовнішньої та внутрішньої SEO-оптимізації для блогу.</li> <li>34. Стратегії розвитку блогу: довгострокові плани та етапи реалізації.</li> <li>35. Використання інтерактивних елементів для підвищення залученості аудиторії.</li> <li>36. Оцінка ефективності блогу: кількісні та якісні методи.</li> <li>37. Методи просування блогу за допомогою соціальних мереж.</li> <li>38. Розвиток блогу у рамках особистого брендингу: основні принципи.</li> <li>39. Спонсорський контент у блозі: як правильно інтегрувати рекламу.</li> <li>40. Етичні аспекти взаємодії з аудиторією та рекламодавцями на блозі.</li> </ol>		
<b>Всього за ОК</b>	<b>80</b>	<b>104</b>

### 6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і

підсумкового контролю.

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:

- письмові контрольні роботи за окремими темами або модульні контрольні роботи;
- тестування знань здобувачів з певних тем або з певних окремих питань ОК;
- виконання і захист практичних/лабораторних робіт;
- усне опитування;
- тощо.

Підсумковий контроль – *диф. залік*.

**Нарахування балів.**

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	денна	заочна
<b>Змістовний модуль 1. Основи створення та оформлення блогу</b>		
Лекційний курс*	10	5
Практичні роботи *	15	15
Самостійна робота (у вигляді реферування питань, винесених на самостійне вивчення та виконання завдань за даними індивідуального варіанту)*	10	10
Тестування в процесі модульного контролю*	15	20
<b>Всього за змістовний модуль 1</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
<b>Змістовний модуль 2. Просування, взаємодія та вдосконалення блогу</b>		
Лекційний курс*	10	5
Практичні роботи *	15	15
Самостійна робота (у вигляді реферування питань, винесених на самостійне вивчення та виконання завдань за даними індивідуального варіанту)*	10	10
Тестування в процесі модульного контролю*	15	20
<b>Всього за змістовний модуль 2</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
<b>Всього</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\*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

#### Лекційний курс (оцінювання в межах одного модулю)

Денна	Заочна		
9-10 балів	4 – 5 балів	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

<b>7 - 8 балів</b>	<b>3 - 4 балів</b>	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
<b>5 - 6 балів</b>	<b>2 - 3 балів</b>	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
<b>3 - 4 балів</b>	<b>1 - 2 балів</b>	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
<b>0-2 балів</b>	<b>0-1 балів</b>	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	Заочна		
<b>3,0 - 3,75 балів</b>	<b>3,0 - 3,75 балів</b>	Практична робота відпрацьована та захищена вчасно, оформлена відповідно до вимог, надані повні обґрунтовані відповіді, складений висновок	відмінно
<b>2,25 - 2,99 балів</b>	<b>2,25 - 2,99 балів</b>	Практична робота відпрацьована та вчасно захищена, має невеликі відхилення при оформленні або при відповіді допущені неточності	дуже добре
<b>1,5 - 2,24 балів</b>	<b>1,5 - 2,24 балів</b>	Практична робота відпрацьована, але захищена пізніше визначеного строку, або має неповні відповіді, допущені несуттєві помилки	добре
<b>0,75 - 1,49 балів</b>	<b>0,75 - 1,49 балів</b>	Практична робота відпрацьована, але захищена пізніше визначеного строку, або має неповні відповіді, допущені більш суттєві помилки	достатньо
<b>0-0,74 балів</b>	<b>0-0,74 балів</b>	Практична робота не відпрацьована або дані незадовільні відповіді	незадовільно

#### Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи)

Денна	Заочна		
<b>8,00 - 10,00 балів</b>	<b>8,00 - 10,00 балів</b>	Самостійна робота відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді	відмінно
<b>6,00 - 7,99 балів</b>	<b>6,00 - 7,99 балів</b>	Самостійна робота відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності	дуже добре
<b>4,00 - 5,99 балів</b>	<b>4,00 - 5,99 балів</b>	Самостійна робота відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки	добре
<b>2,00 - 3,99 балів</b>	<b>2,00 - 3,99 балів</b>	Самостійна робота відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки	достатньо
<b>0 - 1,99 балів</b>	<b>0 - 1,99 балів</b>	Самостійна робота не відпрацьована або дані незадовільні відповіді	незадовільно

## Тестування

Денна	Заочна		
12,0 – 15,0 балів	16,0 – 20,00 балів	90 – 100 % правильних відповідей	відмінно
9,0 – 11,99 балів	12,0 – 15,99 балів	74 – 89% правильних відповідей	дуже добре
6,0 – 8,99 балів	8,0 – 11,99 балів	60 – 73% правильних відповідей	добре
3,00 – 5,99 балів	4,00 – 7,99 балів	35 – 59 % правильних відповідей	достатньо
0 – 2,99 балів	0 – 3,99 балів	0-35 % правильних відповідей	незадовільно

## 7. Засоби діагностики успішності навчання

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

**Лекційні заняття:** *Вербальні 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, мозковий штурм, проєктний метод), тренінг, технології ситуативного моделювання, технології опрацювання дискусійних питань*

**Самостійна робота:** *робота з навчально-методичними матеріалами, науково-дослідна робота здобувачів (методи пізнання, аналогій, оцінка, ілюстрація тощо), складання скетчів за темами лекцій, реферування, конспектування, підготовка доповідей та презентацій)*

## 8. Інформаційні ресурси

### Базові (основні):

1. Комплексний Інтернет-маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Т. М. Борисова ; Західноукр. нац. ун-т. — Тернопіль : Екон. думка, 2022. — 272 с. ISBN 978-966-654-669-5

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2148292>

2. Web-технології та Web-дизайн : застосування мови HTML для створення електронних ресурсів [Текст] : навч. посіб. / І. Л. Бородкіна, Г. О. Бородкін ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. — Київ : Ліра-К, 2020. — 212 с. ISBN 978-617-7844-14-2

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

3. Основи інтернет-маркетингу [Текст] : навч. посіб. Ч. 1 / Н. Р. Кордзая. — Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. — 184 с. : табл., рис. — Бібліогр.: с. 176-180. ISBN 978-966-289-292-5

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

4. Програмування веб-застосувань (фронт-енд та бек-енд) [Текст] : навч. посіб. / Р. А. Мельник ; Нац. ун-т "Львівська політехніка". — Львів : Вид-во Львів. політехн., 2018. — 248 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1618413>

5. Веб-технології та веб-дизайн [Текст] : підручник. Кн. 1 / В. В. Пасічник, О. В. Пасічник, Д. І. Угрин. — Львів : Магнолія 2006, 2023. — 336 с. — (Комп'ютинг). — МОН. ISBN 978-617-574-093-4

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2260030>

6. Реклама в Інтернеті [Текст] : навч. посіб. / Д. В. Яцюк ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — Київ, 2018. — 296 с. ISBN 978-966-629-907-2

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1618474>

### Додаткова:

1. Томашевський Ю.М., Проскура В.Ф. Цифровий маркетинг: стратегії та інструменти для



успішного онлайн-просування. Науковий вісник. 2024. С. 154-160.

2. Шпак Н. О., Грабович І. В., Срока В. Цифровий та інтернет-маркетинг: співвідношення понять. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». № 1 (9) 2022 р. С. 143-156.

3. Братко О.С., Саламон І.Р. Використання цифрових технологій для просування продукції на міжнародних ринках. ЕНВ «Ефективна економіка». 2022. № 5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.5.80>.

4. Уголькова О. З. Цифровий маркетинг і соціальні мережі. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2021. № 3 (1). URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23786/menedzhment121-148-154.pdf>

5. Головчук Ю. О., Дибчук Л. В., Середницька Л. П. Контент-маркетинг як стратегія просування на ринок та поширення послуг. Економіка та держава. 2022. № 4. С. 69–75. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.4.69>

6. Хамініч С. Ю., Сокол П. М., Бабіч А. Д. Digital-маркетинг як сучасний засіб просування товарів та послуг. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. № 6. С. 45–50.

7. Васильців Н. М., Рожко Н. Я. Сучасні тренди digital-маркетингу. Економіка та суспільство. 2018. Вип. 15. С. 232–236. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/15\\_ukr/36.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/36.pdf)

### 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 \_\_\_\_\_ Вікторія МІЛЬЧЕВА

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри МПіТ

Протокол від «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ р. № \_\_

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП Маркетинг та digital-комунікації  
доцент, кафедра МПіТ \_\_\_\_\_ Вікторія МІЛЬЧЕВА