

СИЛАБУС SYLLABUS	Атестаційний екзамен CERTIFICATION EXAM	
Шифр за ОП Code in Degree Programme	ФП21	
Освітній рівень Level of Education	Бакалаврський (перший) <i>Bachelor's (first)</i>	
Галузь знань Field of Knowledge	07	Управління та адміністрування <i>Management and administration</i>
Спеціальність Field of Study	075	Маркетинг <i>Marketing</i>
Освітня програма Degree Programme	Маркетинг <i>Marketing</i>	

Силабус «Атестаційний екзамен» для здобувачів першого рівня вищої освіти ступеня «бакалавр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг». Рівне. НУВГП. 2024. 11 с.

ОП на сайті університету: <http://ep3.nuwm.edu.ua/id/eprint/21064>

Розробники силабусу:

Мальчик Мар'яна Василівна, д.е.н., професор кафедри маркетингу
Попко Олена Володимирівна, д.е.н., професор кафедри маркетингу
Толчанова Зоя Олексіївна, к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Силабус схвалений на засіданні кафедри маркетингу
Протокол № 01 від “27” серпня 2024 року

Завідувач кафедри:

Мальчик Мар'яна Василівна, д.е.н., професор кафедри маркетингу

Керівник (гарант) ОП:

Толчанова Зоя Олексіївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ
Протокол № 01 від “24” вересня 2024 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ:

Ковшун Наталія Едуардівна, д.е.н., професор

© Мальчик М.В., Попко О.В., Толчанова
З.О., 2024
© НУВГП, 2024

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ
навчальної дисципліни «Логістика»

Ступінь вищої освіти	бакалавр
Освітня програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг

Рік навчання, семестр

4-й рік (заочна 5-й рік)
8-й семестр (заочна 10-й семестр)

Кількість кредитів

1,5

Лекції:

Практична робота:

Самостійна робота:

45 год./45 год.

Курсова робота:

ні

Форма навчання

Денна, заочна

Форма підсумкового контролю

атестація

Мова викладання

українська

ІНФОРМАЦІЯ ПРО РОЗРОБНИКІВ



Мальчик Мар'яна Василівна,

завідувач кафедри маркетингу,
доктор економічних наук, професор

Вікіситет

<http://surl.li/mnwfiy>

ORCID

<http://orcid.org/0000-0002-0917-191X>

Як комунікувати

m.malchuk@nuwm.edu.ua

Кафедра маркетингу

kaf-mark@nuwm.edu.ua

тел. 097-751-66-51



Попко Олена Володимирівна,

доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу

Вікіситет

<https://cutt.ly/WgeMRXP>

ORCID

<https://orcid.org/0000-0003-3356-6070>

Як комунікувати

o.v.popko@nuwm.edu.ua

Кафедра маркетингу

kaf-mark@nuwm.edu.ua

тел. 098-603-07-56



Толчанова Зоя Олексіївна,

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетинг

Вікіситет

http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Толчанова_Зоя_Олексіївна

ORCID

<https://orcid.org/0000-0003-4682-1675>

Як комунікувати

z.o.tolchanova@nuwm.edu.ua

kaf-mark@nuwm.edu.ua

Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

Мета та завдання

Метою атестаційного екзамєну зі спеціальності «Маркетинг» є комплексна перевірка та оцінка рівня сформованості у здобувачів вищої освіти ступеня бакалавр предметно-фахової компетентності комунікативної, соціокультурної та професійної шляхом демонстрації набутих ними теоретичних знань, практичних навичок та вмінь; встановлення відповідності їхнього кваліфікаційного рівня вимогам стандарту вищої освіти, освітньої програми, навчального плану і програми підготовки; визначення рівня готовності випускників до здійснення професійних функцій маркетолога.

Основні завдання курсу:

- демонстрація здатності розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності підприємства;
- оволодіння основними поняттями, підходами та інструментами сучасного маркетингу, зокрема традиційного, цифрового та аналітичного спрямування;
- закріплення умінь застосовувати теоретичні концепції у практичних маркетингових дослідженнях і кампаніях;
- підтвердження навичок критичного мислення, аналізу ринкової інформації, оцінки ефективності маркетингових рішень;
- демонстрація здатності формулювати висновки, пропозиції та аргументовано обґрунтовувати власні рішення у сфері маркетингу;
- умінь грамотно презентувати свої ідеї усно й письмово, аргументовано відстоювати професійну позицію маркетолога у науковому та практичному контекстах.

Посилання на розміщення освітнього компонента на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=1597>

Передумови вивчення

(місце освітнього компоненту в структурно-логічній схемі)

Опанування всіх освітніх компонент за освітньої програмою «Маркетинг».

Атестаційний екзамєн передбачає перевірку досягнення програмних результатів, визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю

075 «Маркетинг» та освітньо-професійною програмою

«Маркетинг».

Компетентності

ІК. 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.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

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

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання (ПРН)

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

ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення 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 та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

Структура та зміст освітнього компонента

1. Опис освітнього компонента

Опис теми: Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавр – це встановлення фактичної відповідності рівня їх освітньо-професійної та практичної підготовки, набутих компетентностей вимогам ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Формою державної атестації фахівців освітньо-професійної програми «Маркетинг», крім кваліфікаційної роботи, є атестаційний екзамєн з нормативних освітніх компонент. Атестаційний екзамєн є засобом об'єктивного контролю якості вищої освіти, ґрунтовної підготовки студентів, рівень якої встановлюється опосередковано за допомогою різних за складністю завдань. Він проводиться на завершальному етапі навчання бакалавра, містить комплекс завдань теоретичного та практичного характеру. Атестаційна комісія перевіряє науково-теоретичну та

практичну підготовку студентів, приймає рішення щодо присудження випускникам відповідного ступеня вищої освіти, видачу державного документа про освіту. Контроль за формуванням та організацією

роботи атестаційної комісії здійснює ректор, а форми та терміни проведення атестації здобувачів вищої освіти визначаються робочим навчальним планом і графіком навчального процесу.

2. Форма проведення атестаційного екзамєну

Опис теми: Державна атестація студентів проводиться атестаційною комісією після завершення навчання на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти з метою встановлення рівня набуття студентами компетентностей, визначених ОПП «Маркетинг». Атестаційний екзамєн проводиться з використанням комп'ютерної техніки і складається із 45-ти тестових завдань першого рівня складності та 2-ох тестових завдань другого рівня складності, кожне з яких містить п'ять варіантів відповіді.

3. Оцінювання атестаційного екзамєну

Опис теми: Оцінювання рівня якості підготовки здобувача та здобутої ним вищої освіти здійснюють члени екзаменаційної комісії на основі принципів об'єктивності, індивідуальності, комплексності, етичності, диференційованого та компетентнісного підходу, за критеріями оцінювання набутих загальних і професійних компетентностей і шкалою оцінювання, застосовуючи форми і методи діагностики. Об'єктом оцінювання є сукупність знань, умінь і навичок, набутих компетентностей. Підсумковий бал з атестаційного екзамєну визначається за 100-бальною шкалою.

4. Критерії оцінювання знань За шкалою ECTS

А «Відмінно», 90-100 балів. Випускник виявив всебічні, систематичні та глибокі знання навчального матеріалу дисципліни, передбаченого програмою; засвоїв основну та додаткову літературу, рекомендовану програмою; засвоїв взаємозв'язок основних понять дисциплін, їх значення для подальшої професійної діяльності.

В «Дуже добре», 85-89 балів. Випускник виявив систематичні та глибокі знання навчального матеріалу дисциплін вище середнього рівня; продемонстрував уміння вільно виконувати завдання, передбачені програмою; засвоїв літературу, рекомендовану програмою; засвоїв взаємозв'язок основних понять дисциплін, їх значення для подальшої професійної діяльності.

С «Добре», 75-84 балів. Випускник виявив загалом добрі знання навчального матеріалу дисциплін при виконанні передбачених програмою завдань, але припустив низку помітних помилок; засвоїв основну літературу, рекомендовану програмою; показав систематичний характер знань з дисциплін; здатний до самостійного використання та поповнення надбаних знань у процесі подальшої навчальної роботи та професійної діяльності.

Д «Задовільно», 66-74 бали. Випускник виявив знання навчального матеріалу дисциплін у обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої професійної діяльності; справився з виконанням завдань, передбачених програмою; ознайомився з основною літературою, рекомендованою програмою; припустив значну кількість помилок або недоліків у відповідях на запитання при тестуванні та при виконанні завдань тощо, принципові, які може усунути самостійно.

Е «Достатньо», 60–65 балів. Випускник виявив знання основного навчального матеріалу дисциплін в мінімальному обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої професійної діяльності; в основному виконував завдання, передбачені програмою; ознайомився з основною літературою, рекомендованою програмою; припустив помилки у відповідях на запитання при тестуванні та при виконанні завдань тощо, які може усунути лише під керівництвом та за допомогою викладача.

FX «Незадовільно», 35-59 балів. Випускник має значні прогалини в знаннях основного навчального матеріалу дисциплін; допускав принципові помилки при виконанні передбачених програмою завдань.

F «Незадовільно», 1-34 бали. Випускник не мав знань зі значної частини навчального матеріалу; допускав принципові помилки при виконанні більшості передбачених програмою завдань; неспроможний самостійно засвоїти програмний матеріал.

Якщо відповіді студента на атестаційному екзамєні не відповідає вимогам рівня атестації, комісія ухвалює рішення про те, що студент не пройшов атестацію, що відображається в протоколі засідання. У випадку незгоди з оцінкою з атестаційного екзамєну здобувач вищої освіти має право не пізніше 12 години наступного робочого дня за днем оголошення результату екзамєну подати апеляцію на ім'я ректора. У випадку надходження апеляції розпорядженням ректора створюється комісія для розгляду апеляції. Апеляція розглядається протягом трьох робочих днів після її подачі.

Форми та методи навчання

консультації за Програмою атестаційного екзамєну. Самостійна робота здобувача вищої освіти; атестаційний кваліфікаційний екзамєн; консультації членів екзаменаційної комісії. Самостійна робота передбачає творче сприйняття й осмислення навчального, наукового та практичного матеріалу за Програмою атестаційного екзамєну. Самостійна робота складає 45 годин.

Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

комп'ютери, інтернет мережі, бібліотечні фонди, законодавча база України у відкритому доступі. В якості навчальної платформи застосовується відкрита (Open Source) система управління навчанням Moodle.

Порядок та критерії оцінювання програмних результатів навчання/результатів навчання

Загальна оцінка атестаційного екзамєну розраховується за чотирибальною системою («відмінно», «добре», «задовільно» та незадовільно») та системою ECTS (100 бальна).

Посвідчення навчання та досліджень

Студенти мають можливість бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

Рекомендована література

Основна література

1. Бучнев, М. М (2023). Маркетингове ціноутворення: навч. посібник / М. М. Бучнев; СХУ ім. В. Даля. Київ : Вид-во СХУ ім. В. Даля. 134 с.
2. Ілляшенко С.М (2023). Маркетингова товарна політика: Підручник. Суми: ВТД: Університетська книга, 234 с.
3. Котлер, Ф., & Армстронг, Г. (2022). Основи маркетингу (18-те вид.) Київ: Науковий Світ.
4. Котлер, Ф., Картайя, Г., & Сетіяван, А. (2021). Маркетинг 4.0: від традиційного до цифрового. Київ: Наш Формат.
5. Котлер, Ф., Картайя, Г., & Сетіяван, А. (2023). Маркетинг 5.0: технології, що допомагають людству. Київ: Vivat.
6. Крикавський Є. В. (2020). Логістика та управління ланцюгами поставок. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 848 с.
7. Крикавський Є., Дейнега І., Дейнега О., Косар Н. (2022). Маркетингова товарна політика: підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 376 с.
8. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник (2021). Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет. 259 с.
9. Окландер М. (2020) Маркетингова товарна політика: навч. посібн. К.: Центр навчальної літератури, 248 с
10. Окландер, М. А., Чукурна, О. П. (2024). Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: Центр навчальної літератури. 284 с.
11. Окландер, М. А. (2022). Логістика : підручник. Київ : Центр учбової літератури. 356 с.
12. Портер, М. (2022). Конкурентна стратегія: методика аналізу галузей і конкурентів. Київ: Наш Формат.
13. Ромат Є.В. (2022). Маркетингові комунікації: підручник. К.: Київ: ННІЖ Київ. нац. унів-т імені Тараса Шевченка. Студцентр. 354 с.
14. Ромат, Є. В. (2020). Основи маркетингу: навчальний посібник. Київ: КНЕУ.

Додаткова література

1. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. (2023). Товарна інноваційна політика: Підручник. – Суми: ВТД – Університетська книга. 281 с.
2. Лялюк А.М. (2022). Маркетингова товарна політика: конспект лекцій. – Луцьк: Вид-во КП ІА «Волинський енергосфот», 2022. – 104 с.
3. Мальчик М.В. (2015). Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Монографія / Мальчик М.В., Попко О.В., Гонтаренко Н.А., Толчанова З.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І., Мельник Т.Д; за редакцією Мальчик М.В. Рівне: НУВГП. 192 с.
4. Мальчик, М. В., Дідик, Д. О. (2022). Аналіз тенденцій диджитал-маркетингу в період після COVID-19: світовий досвід. Академічні візії. №14. <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/514>.
5. Мальчик М.В., Попко О.В., Оплачко І.О. (2024). Моніторинг використання персоналу промислових підприємств в системі обґрунтування управлінських рішень. *Економіка та суспільство*. Випуск 59. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-172>.
6. Освітньо-професійна програма "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" Галузь знань 07 "Управління та адміністрування" Кваліфікація: Бакалавр маркетингу / [розробники: Попко О. В., Мальчик М. В., Мартинюк О. В. та ін.]. – Рівне : НУВГП, 2021. – 19 с. – URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/21064/>.
7. Попко О. В. (2020). Стратегічні імперативи маркетингової діяльності операторів молочного ринку України : монографія. Рівне : НУВГП. 251 с.
8. Попко О. В., Сліпецький О. Є., Кузьо Н. Є. (2024). Економіко-математичне моделювання вибору постачальників в маркетингу закупівель / Фінансово-економічна політика в контексті інноваційного розвитку України : монографія / Мельник Л. В., Кушнір Н. Б. та ін. Частина 5. – Рівне : НУВГП. 247 с. С. 235-252. <https://ep3.nuwm.edu.ua/33512/>.
9. Попко О.В., Твардовський Ю.В. (2024). Проблеми та перспективи формування конкурентних переваг на основі застосування клієнтоорієнтованого підходу. *Економіка та суспільство*. № 70. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5354>. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-121>.
10. Попко О.В., Сліпецький О.Є., Кузьо Н.Є. (2024). Формування партнерських відносин: напрями, перспективи та виклики в умовах воєнного стану. *Інфраструктура ринку*. № 81. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/81-2024>.
11. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг. Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. №1343.

10. Толчанова З.О., Кравчук І.М. (2024). Фактори маркетингової стратегії виходу вітчизняних підприємств на міжнародні ринки. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія: Економічні науки*. Вип. 2(106). С. 248-257. URL: 231-240. <https://ep3.nuwm.edu.ua/31549/1/Ve10623.pdf>.
11. Malchyk M., Popko O., Tolchanova Z., Salamakha O. and Illin V. (2024). Logistic model for forecasting the growth of Ukrainian dairy exports. *BIO Web Conf. International Conference on Agricultural, Biodiversity and Environmental Economics*. Vol. 114. (Scopus). <https://doi.org/10.1051/bioconf/202411401029>.
12. Malchyk M., Popko O., Oplachko I., Martyniuk O., Tolchanova Z. (2022). The Impact of Digitalization on Modern Marketing Strategies and Business Practices (Transformation) *Review of Economics and Finance*. Vol. 20. P. 1042-1050, ISSN: 1923-7529, e-ISSN: 1923-8401, <https://refpress.org/ref-vol20-a116/>.
13. Malchyk M., Popko O., Oplachko I., Adasiuk I., Martyniuk O. (2022). Brand Promotion Strategy in the Internet Services Market. *Scientific Horizons*. 24(7). P. 100-108. URL : <https://sciencehorizon.com.ua/uk/journals/tom-24-7-2021/strategichne-upravlinnya-brendom-na-rinku-internet-poslug> (SCOPUS).
14. Malchyk M., Popko O., Martyniuk O., Hontarenko N., Oplachko I. O. (2020). Tools for marketing management of industrial enterprises in Ukraine based on the principles of sustainable development. *International Journal of Management*. Vol. 11(4). P. 385-394 (SCOPUS). URL: http://www.iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJM/VOLUME_11_ISSUE_4/IJM_11_04_038.pdf
15. Popko O., Slipetskyi O., Kuzo N., Bilyk I., Hryniv N., Demko M. (2024). Selection of Suppliers under Conditions of Uncertainty as a Component of Procurement Marketing. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. Volume 4 (57). P. 433-444. <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/4485>. DOI: 10.55643/fcaptp.4.57.2024.4485 (Scopus, Web of Science).
16. Popko O.V., Yatchuk V.F., Ozarchuk K.S. (2023). The question of the formation of competitive advantages of a logistics operator in the cargo transportation market. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія: Економічні науки*. №2 (102). С. 172-183.

Інформаційні ресурси в Інтернет

1. Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII «Про вищу освіту» [Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>].
2. Закон України від 05.09.2017 р. «Про освіту» – [Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>].
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. №266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» [Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-n>].
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» [Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011%D0%BF/paran12#n12>].
5. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р., № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 21 грудня 2017 № 1648) [Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>].
6. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) [Режим доступу: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-andguidelincs_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf].
7. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг. Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. №1343.

Поєднання навчання та досліджень

Здобувачі мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей або тез за тематикою курсу. В освітньому процесі використовуються наукові досягнення викладачів курсу, які опубліковані у наукових працях (Вікіситет: <http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/>).

ПОЛІТИКИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)

Адаптивність та гнучкість у прийнятті рішень, навички нестереотипного мислення, наполегливість, допитливість, ініціативність, відповідальність, креативність, навички аналітико-синтетичної обробки інформації, формування власної думки, здатність до комплексного вирішення проблеми.
Дедлайни та перескладання
Здобувача, який за результатами атестації отримав незадовільну оцінку або не атестований з інших причин, відраховують з університету. Повторне проведення атестації здобувачів з метою підвищення оцінки не допускається.
Правила академічної доброчесності
Вимоги дотримання академічної доброчесності регламентуються Положенням про академічну доброчесність в Національному університеті водного господарства та природокористування (https://ep3.nuwm.edu.ua/25004/). Перелік рекомендованих видів академічної відповідальності за конкретні порушення академічної доброчесності для здобувачів вищої освіти НУВГП наведено у додатку до Положення про академічну доброчесність в Національному університеті водного господарства та природокористування.
Вимоги до відвідування
Виконання атестаційного екзамену передбачає консультування, яке є обов'язковим видом занять, відвідування якого здійснюється згідно графіку консультацій. Воно може відбуватися як в онлайн формі так і змішаному за попереднім погодженням із гарантом ОП.

Автор
Професор кафедри маркетингу

Олена ПОПКО

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

Валерій СОРОКА



документ підписаний КЕП
Номер документа СИЛ №1614
Підписувач Сорока Валерій Степанович
Підписувач (дані КЕП):
Сертифікат 3FAA9288358EC00304000009B6C3700C8C2C100