

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Кафедра маркетингу та комунікаційного дизайну

ЗАТВЕРДЖУЮ



Декан факультету управління та
бізнес-дизайну

Мар'яна ШКОДА

06 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни Цифрові комунікації
Рівень вищої освіти Другий магістерський
Ступінь вищої освіти Магістр
Спеціальність D5 Маркетинг
Освітня програма Комунікаційний маркетинг
Факультет Управління та бізнес-дизайну

Київ
2025 рік

РОЗРОБЛЕНО: Київський національний університет технологій та дизайну

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Орел Анна Миколаївна, д.с.н., доц., доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

Схвалено вченою радою факультету управління та бізнес-дизайну

від « 11 » 06 2025 року, протокол № 1.3

Схвалено науково-методичною радою факультету управління та бізнес-дизайну

від « 10 » 06 2025 року, протокол № 10

Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

Протокол від « 09 » 06 2025 року № 12

Завідувач кафедри



Олена СВСЕЙЦЕВА

Погоджено:

Гарант ОП кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну



Анна ОРЕЛ

« 06 » 06 2025 р.

1 ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни	
	очна форма здобуття вищої освіти	заочна, дистанційна форма здобуття вищої освіти
Кількість годин / кредитів – 90/3	обов'язкова	
Змістові модулі – 1	Рік підготовки:	
	1-й	1-й
	Семестр	
	2-й	2-й
	Лекції	
	12 год.	2 год.
	Практичні	
Загальна кількість тижневих годин для денної форми здобуття вищої освіти: аудиторних – 2 самостійної роботи – 5,5	12 год.	2 год.
	Самостійна робота	
	66 год.	86 год.
	Вид підсумкового контролю: екзамен (семестр 2).	

2 АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

Змістовий модуль 1. Цифрові технології управління та онлайн-комунікації.

Мета курсу – сформувати у студентів цілісне уявлення про особливості цифрових комунікацій у сучасному інформаційному суспільстві, надати знання та практичні навички щодо створення, управління та оцінювання ефективності цифрових комунікаційних стратегій у бізнесі, медіа, публічному управлінні та соціальній сфері з урахуванням етичних норм, інноваційних технологій та динаміки цифрового середовища.

Результати навчання:

знати: засоби та інструменти маркетингової комунікаційної політики; етапи розробки ефективної маркетингової комунікації; процесу вибору комплексу просування; сутність планування реклами та оцінку її ефективності; сутність, цілі та види реклами на місці продажу, процесу стимулювання збуту; планування PR технологій; сутність прямого маркетингу і персональних продажів; організації event – заходів та мерчандайзингу;

вміти: вміти самостійно шукати, аналізувати, оцінювати, обґрунтовувати рішення, оброблювати та аналізувати інформацію, структурувати та відбирати потрібної інформації в області застосування цифрових маркетингових комунікацій за допомогою сучасних та ефективних інструментів: реклами, PR-у, стимулювання збуту, персонального та прямого продажу, SEO та SMM просування; використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу; обробляти і аналізувати результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення; визначати комунікаційні інструменти, організовувати та проводити комунікаційні заходи в залежності від суб'єкта ринкової діяльності його цілей та завдань, розраховувати та оцінювати ефективність проведення комунікаційних заходів.

здатен продемонструвати: необхідні теоретичні та практичні знання з ефективного впровадження інноваційних засобів цифрових маркетингових комунікацій та застосувати їх на підприємствах; вміння формувати цілі маркетингового дослідження та, шляхи їх вирішення, вміння знаходити рішення у нестандартних ситуаціях в контексті використання сучасних маркетингових комунікацій в Україні з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

володіти навичками: відпрацювання практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; налагодження ефективної маркетингової інформаційної системи підприємства; проведення процесу бенчмаркінгу на підприємстві; застосування різних моделей стратегічного планування залежно від ринкових позицій підприємства; вміння пошуку, аналізу, структурування та відбору потрібної інформації в застосуванні інструментів реклами, PR, стимулювання збуту, персонального та прямого продажу, SEO та SMM просування; навичками роботи в команді шляхом реалізації групових проектів в області формування плану реалізації рекламних та PR кампаній, заходів стимулювання збуту, маркетингових Інтернет-комунікацій; самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері цифрового маркетингу.

самостійно вирішувати: етичні та правові питання, пов'язані з цифровою комунікацією та захистом даних; стратегії цифрових комунікацій у бізнесі, соціальних проєктах чи публічному секторі; цифрове інформаційне середовище та обирати ефективні канали комунікації відповідно до цільової аудиторії; інноваційні підходи до управління онлайн-комунікацією в умовах динамічних змін; у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми цифрової комунікації; застосовувати нові досягнення в теорії та практиці цифрового маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта із застосуванням комунікації.

Програмні результати навчання: ІК, ЗК1, ЗК3, ЗК6, ФК1, ФК3, ФК5, ФК7; ПРН1, ПРН2, ПРН8, ПРН9, ПРН14, ПРН15, ПРН16.

ІК	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
-----------	---

ЗК 1	Здатність приймати обґрунтовані рішення.
ЗК 3	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
ЗК 6	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
ФК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
ФК 3	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
ФК 5	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
ФК 7	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

ПРН 1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
ПРН 2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
ПРН 8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН 9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
ПРН 14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПРН 15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
ПРН 16	Визначати комунікаційні інструменти, організовувати та проводити комунікаційні заходи в залежності від суб'єкта ринкової діяльності його цілей та завдань, розраховувати та оцінювати ефективність проведення комунікаційних заходів.

Необхідні передумови: бренд-орієнтовне управління, маркетинг соціальних мереж, стратегічний маркетинг, маркетинговий та рекламний менеджмент, бізнес-аналітика.

Види навчальних занять: лекції, практичне заняття, консультація.

Методи навчання: словесний, дослідницький, пояснювально-демонстраційний, репродуктивний, метод проблемного викладання, самостійна робота та робота під керівництвом викладача, стимулювання та мотивації у навчання (формування інтересу, аналізу професійних ситуацій, формування відповідальності в навчанні) та ін.

Методи контролю: усний, письмовий, тестовий.

Інструменти, обладнання та програмне забезпечення (за потреби): проєктор.

Форми підсумкового контролю: екзамен (семестр 2).

Засоби діагностики успішності навчання: індивідуальні завдання, аналітичні огляди, питання для поточного контролю, електронне тестування, проведення міні-досліджень, вправи, питання для підсумкового контролю, спостереження та самооцінювання,

Мова навчання: українська.

3 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план навчальної дисципліни

№ теми	Назва теми лекції, практичного, лабораторного, семінарського, індивідуального заняття	Кількість годин за формами здобуття вищої освіти:	
		очна	заочна, дистанційна
Змістовий модуль 1. Цифрові технології управління та онлайн-комунікації		90	
1	Тема: Державна політика щодо цифрового розвитку	10	10
	Лекція 1. Мета, основні цілі та завдання цифрового розвитку та цифровізації в Україні.	2	0,5
	Практична робота 1. Створення та розвиток цифрових інфраструктур як основи використання переваг цифрового світу в повсякденному житті.	-	0,5
	Самостійна робота. Використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості.	8	9
2	Тема: Розвиток цифрової економіки та суспільства.	10	10
	Лекція 2. Цифрові стратегії та інтеграція до єдиного цифрового ринку ЄС.	2	0,5
	Практична робота 2. Розвиток цифрової економіки України.	-	0,5
	Самостійна робота. Громадська безпека. Електронна демократія. Координація політики у галузі електронних комунікацій.	8	9
3	Тема: Формати, сутність та тренди цифрових комунікацій як об'єкту управління.	10	10
	Лекція 3. Еволюція цифрових комунікацій.	2	0,5
	Практична робота 3. Тренди розвитку цифрових комунікацій.	-	0,5
	Самостійна робота. Використання штучного інтелекту.	8	9
4	Тема: Цифрові комунікації та принципи управління ними	10	10
	Лекція 4. Принципи формування як засіб нових цінностей у цифровізації.	2	0,5
	Практична робота 4. Методи поширення інформації.	-	0,5
	Самостійна робота. Формування взаємовідносин та інтересів між організаціями та їхньою громадськістю на основі доставлення інформації.	8	9
5	Тема: Спрямованість цифрових комунікацій на свідомість людини	10	10
	Лекція 5. Сутність та закони риторики.	2	-
	Практична робота 5. Якісний та ефективний контент.	2	-
	Самостійна робота. Концептуальний закон. Закон моделювання аудиторії. Стратегічний закон. Тактичний закон. Мовленнєвий закон. Закон ефективної комунікації. Системно-аналітичний закон.	6	10
6	Тема: Комунікативна мережа та типологія в системі цифрових комунікацій.	10	10
	Лекція 6. Технології управління внутрішньо-	2	-

	організаційними комунікаціями.		
	Практична робота 6. Канали комунікації через типи моделей.	2	-
	Самостійна робота. Типологізація каналів корпоративних комунікацій.	6	10
7	Тема: Цифрові технології управління інформаційними онлайн-комунікаціями.	5	5
	Лекція 7. Особливості цифрового інформаційно-комунікативного середовища.	-	-
	Практична робота 7. Використання інформаційних систем для управління організацією.	2	-
	Самостійна робота. Можливості та ризики використання соціальних медіа у промоції.	3	5
8	Тема: Основні інструменти успішної цифрової комунікації.	10	10
	Лекція 8. Етична та соціальна відповідальність у цифровій комунікації.	-	-
	Практична робота 8. Основні способи та джерела здійснення комунікацій.	2	-
	Самостійна робота. Функціональні особливості різних корпоративних медіа.	8	10
9	Тема: Цифровий маркетинг як форма прямого маркетингу.	10	10
	Лекція 9. Просування медіапродукту засобами цифрового маркетингу.	-	-
	Практична робота 9. Методика створення контенту.	2	-
	Самостійна робота. Основні тактики контент-маркетингу.	8	10
10	Тема: Оцінка ефективності управління комунікаціями	5	5
	Лекція 10. Ефективність управління комунікативними засобами та ресурсами організації.	-	-
	Практична робота 10. Поведінка суб'єктів інформаційних правовідносин.	2	-
	Самостійна робота. Характеристика правових засад (міжнародних і національних) та головних умов обмеження прав людини у сфері інформації.	3	5
Разом з дисципліни		90	

4 ОШНЮВАННЯ

4.1 Розподіл балів з дисципліни, які отримують здобувачі вищої освіти

[illegible]

* – кількість тематичних (ТК) / поточних (ПК) / модульних контролів і балів визначає викладач;

** – нормативне значення, корегування не допускається.

4.2 Розподіл балів за видами робіт

[illegible]

Модульний контроль (МК)	30	30
Екзамен	10	10
Всього з дисципліни		100

4.3 Критерії оцінювання

Види роботи	Кількість балів
Практична робота	
Здобувач активно й ініціативно бере участь у роботі практичного заняття індивідуально та в групі; завдання виконано повністю; демонструється глибоке розуміння теми; використано професійні терміни, наведено реальні приклади; оформлення без помилок; практичні завдання виконані повністю й правильно; навчальний матеріал засвоєний у повному обсязі.	3
Здобувач бере участь у роботі практичного заняття індивідуально та в групі; усний виступ або відповідь здебільшого характеризуються правильним використанням, але з незначними недоліками в аналізі або оформленні; демонструється достатній рівень розуміння матеріалу коментарі присутні, але менш розгорнуті чи аргументовані; практичні завдання виконані переважно правильно; навчальний матеріал засвоєний достатньо повно.	2
Здобувач бере мінімальну участь у роботі практичного заняття; більшість відповідей містить значні помилки у поясненні матеріалу; робота не відповідає завданню; повна відсутність розуміння предмета; численні помилки.	1
Здобувач не продемонстрував володіння навчальним матеріалом; не бере участі у роботі практичного заняття; не виконав жодного практичного завдання; плагіат або списування.	0
Самостійна робота	
Робота виконана повністю, усі завдання розкриті, відповіді аргументовані. Є приклади, посилання на джерела. Оформлення відповідає вимогам. Виявлено глибоке розуміння теми.	3
Робота виконана частково. Основні питання розкриті, але присутні дрібні неточності або відсутні приклади/посилання. Загальне розуміння теми є, але не повне.	2
Робота виконана поверхнево. Відповіді загальні або неповні. Наявні помилки, відсутній аналіз або приклади. Оформлення не відповідає вимогам.	1
Робота не подана або не відповідає темі/завданню. Виявлено плагіат або відсутній самостійний підхід.	0
Модульний контроль (МК1, МК2)	
Поточний модульний контроль проводиться у тестовій формі. Здобувач вищої освіти відповідає на 30 питань. Кожне питання оцінюють у 1 балів. Результати поточного модульного контролю оцінюють за шкалою автоматизовано відповідно до кількості правильно наданих відповідей.	30
Екзамен	
Повна та глибока відповідь на всі питання; демонструється високий рівень аналітичного мислення, володіння термінологією, наведено реальні приклади; оформлення логічне, структуроване.	10
Відповіді майже бездоганні, проте є незначні неточності або пропущено другорядну деталь; аналітичне мислення присутнє.	9
Завдання виконано в основному правильно, але є окремі помилки в логіці чи висновках; термінологія використовується не повністю коректно.	8

Відповіді неповні, частково поверхневі; деякі важливі аспекти теми не розкрито; обмежене використання прикладів.	7
Виконано менше 70% завдань; істотні логічні та термінологічні помилки, недостатній аналіз.	6
Відповіді фрагментарні; немає повного розуміння ключових понять; відсутні приклади та обґрунтування.	5
Більшість відповідей невірні або неповні; низький рівень знань, відсутність логіки.	4
Дуже слабе розуміння предмету; формальні, неаргументовані відповіді; багато фактичних помилок.	3
Відповіді майже відсутні або беззмістовні; відсутнє розуміння теми.	2
Відповіді не відповідають темі або містять суцільні помилки; немає жодного елементу правильної відповіді.	1
Екзамен не здано; робота не здана або виявлено плагіат/списування.	0

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка за національною шкалою для екзамену, КП, КР / заліку	Оцінка за шкалою КНУТД	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно / зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре / зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно / зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно / не зараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

5 ПОЛІТИКА КУРСУ

5.1. Обов'язкове дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

5.2. Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів (60) за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролю.

5.3. В разі несвоєчасного виконання робіт допускається їх доопрацювання в межах часу, до проходження тематичного контролю з дисципліни.

5.4. Перенесення терміну здачі робіт/перездача:

- допускається з поважних причин (лікарняний, академічна мобільність) без зниження балів за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролю;

- без поважних причин оцінюється на 1 бал нижче за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролю.

5.5. При виявленні плагіату робота не зараховується, видається інше індивідуальне завдання або інший варіант тестів для поточного (тематичного) і модульного контролю. За нову роботу знижується максимальний бал.

5.6. Пропущенні практичні заняття та не пройдені тематичні контролю здобувачем вищої освіти відпрацьовуються в межах семестру, в якому викладається дисципліна, за погодженням з викладачем.

5.7. Оскарження здобувачем вищої освіти підсумкової оцінки з дисципліни допускається згідно відповідно до «Положення про порядок і методику рейтингового оцінювання академічних досягнень студентів».

5.8. Допускається визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих у неформальній освіті відповідно до «Положення про порядок визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти та визначення академічної різниці у Київському національному університеті технологій та дизайну».

6 МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Цифрові комунікації. Конспект лекцій для здобувачів вищої освіти / Упор. А.М. Орел. – К.: КНУТД, 2025.
2. <http://msnp.knutd.edu.ua> – Модульне середовище навчального процесу КНУТД, дисципліна «Цифрові комунікації».
3. Орел А.М., Дяченко В.В. Виклики та перешкоди впровадження цифрової бізнес-моделі банку в Україні. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2024. № 5. С. 54-59. <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/3175>
4. Орел А.М., Жулинець Р.В., Пітік В.С., Березкін К.М. Моделі та методи оцінки ефективності інвестування в інтелектуальний капітал підприємства. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2024. № 18. С. 43-48. <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/4582>
5. Орел А.М., Снігур В.М., Кравченко С.Ю. Тактичне планування та управління маркетингом ІТ-продуктів. Успіхи і досягнення у науці. № 1 (11), 2025. С.1009-1019. <http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/19214>
6. Орел А.М., Суходольський О.С., Березкін І.М., Стратегії розвитку бренду підприємства в контексті маркетингової орієнтації. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2024. № 16. С. 98-102. <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/issue/view/165>
7. Орел А.М., Дяченко В.В. Етапи та роль цифрової трансформації у вдосконаленні управління інноваціями. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2023. № 56. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/56>
8. Орел А.М., Блюмська-Данько К.В. Алгоритм PR-комунікацій в діяльності малого та середнього бізнесу. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Науковий журнал. 2022. Том 33 (72). № 3. С. 49-54. http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/33_72_3/11.pdf
9. Орел А.М., Орел В.М. Цифровізація як засіб зниження організаційно-економічних перешкод у житловому будівництві. Актуальні питання у сучасній науці. № 8 (38), 2025. С. 77-86. <http://perspectives.pp.ua/index.php/sn/article/view/27682>
10. Орел А.М., Гаврилюк І.О., Молодець С.С. Антикризові комунікації як інструмент операційного менеджменту організацій. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2025. № 73. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5911>

7 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Гудзь О. Є., Маковецька І. М. Комунікаційний менеджмент: навчальний посібник. Львів: «Галицька видавнича спілка», 2021. 224 с.
2. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський, 2020. 112 с.
3. Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця: монографія / [В. Азарова та ін.; за заг. ред. Л. Компанцевої]. Київ: НА СБУ, 2021. 500 с. https://academy.ssu.gov.ua/uploads/p_157_93159068.pdf
4. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практичний посібник / Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин; за заг. ред. О. Давліканової, Л. Компанцевої]. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с.

Додаткова

1. Вовк Н. П., Мохнар Л. І. Комунікативна складова організації та здійснення антикризового управління. Вісник Національного університету оборони України. 2021. № 1(59). С. 63–71.
2. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації: навчальний посібник із дисципліни «Медіавиробництво: промоція». Д. О., Олтаржевський. Київ: ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2023. 120 с.
3. Основи стратегічних комунікацій: Конспект лекцій /укладач: О.Л. Тодорова. «Одеська політехніка». 2022. 112 с.

8 ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

1. <http://msnp.knutd.edu.ua> – Модульне середовище навчального процесу КНУТД, дисципліна «Цифрові комунікації».
2. Українська Асоціація Маркетингу: <http://uam.in.ua/>
3. Бібліотека КНУТД: <http://biblio.co.ua/>
4. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua/>
5. Національна парламентська бібліотека України: <http://www.nplu.org/>
6. Державна науково-технічна бібліотека України: <http://gntb.gov.ua/ua/>

ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕНО на ____/____ н.р.

Протокол засідання кафедри від « ____ » _____ 2025 р. № ____

Завідувач кафедри _____

Олена ЄВСЕЙЦЕВА

ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕНО на 20 ____/20 ____ н.р.

Протокол засідання кафедри від « ____ » _____ 2025 р. № ____

Завідувач кафедри _____

Олена ЄВСЕЙЦЕВА