



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



УЗГОДЖЕНО  
 Декан ФЕБА

  
 С.Ф. Смерічевський  
 «13» 06 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ  
 Проректор з навчальної роботи

  
 А. Постухін  
 «25» 06 2021 р.



Система менеджменту якості

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**навчальної дисципліни**  
**«Основи маркетингу на транспорті»**

Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

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:	3	105/3,5	34	17	-	54	1 ДЗ-3с	-	диф.залік 3 с
Заочна	3,4	105/3,5	8	4	-	93	1 ДЗ, 1 К.р.-4 с	-	диф.залік 4 с

Індекс: РБ-6-075-1/21-2.1.11

РБ-6-075-1з/21-2.1.11

РБ-6-075-2/21-2.1.11

РБ-6-075-2з/21-2.1.11

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 2 з 10	

Робочу програму навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті» розроблено на основі освітньо-професійних програм «Маркетинг», «Електронний маркетинг», навчальних та робочих навчальних планів: №НБ-6-075-1/21, №РБ-6-075-1/21, №РБ-6-075-1з/21 та №НБ-6-075-2/21, №РБ-6-075-2/21 та №РБ-6-075-2з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробили:

доцент кафедри маркетингу



Божок А.Р.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійних програм «Маркетинг», «Електронний маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол № 5 від «13» 05 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми  
«Електронний маркетинг»



Ярмолюк О.Я.

Гарант освітньо-професійної програми «Маркетинг»



Сібрук В.Л.

Т.в.о. завідувача кафедри



Радченко Г.А.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 2 від «15» 08 2021 р.

Голова НМРР



Тофанчук А.Т.

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік


Контрольний примірник



## ЗМІСТ

сторінка

<b>Вступ</b> .....	4
<b>1. Пояснювальна записка</b> .....	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 .....	4
1.4. Міждисциплінарні зв'язки.....	5
<b>2. Програма навчальної дисципліни</b> .....	5
2.1. Зміст навчальної дисципліни .....	5
2.2. Модульне структурування та вимоги до кожного модуля.....	5
2.3. Тематичний план .....	7
2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу ЗФН.....	7
2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи.....	8
<b>3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни</b> .....	8
3.1. Методи навчання.....	8
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна).....	8
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті.....	8
<b>4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь</b> .....	9

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 4 з 11	

## ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті» 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** викладання дисципліни є формування у студентів сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу на транспорті, набуття практичних навичок щодо проведення маркетингових досліджень ринку та просування транспортних послуг на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективної діяльності компанії.

**Завданнями** вивчення навчальної дисципліни є:

- отримання студентами знань з теоретичних та методологічних основ маркетингу транспортних підприємств та системного підходу;
- вивчення впливу факторів макро- та мікросередовища на маркетингову транспортної компанії;
- набуття навичок з організації та здійснення маркетингових досліджень ринку транспортних послуг;
- сегментації ринку перевезень і розробки комплексу маркетингових заходів з цінової, збутової та комунікаційної політик;
- застосування методів стратегічного планування, впровадження та контролю програм маркетингу транспортних послуг.


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

ОПП «Маркетинг»:

- Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності **(ПРН2)**.
- Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища **(ПРН8)**.
- Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетинголога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки **(ПРН16)**.

ОПП «Електронний маркетинг»:

- Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності **(ПРН2)**.
- Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища **(ПРН8)**.
- Усвідомлювати особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави, знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем, враховувати наслідки реалізації макроекономічної політики, використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких структур, розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством та оцінювати ефективність прийняття маркетингових рішень **(ПРН21)**.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 5 з 11	

### 1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути наступні компетентності:

ОПП «Маркетинг»:

- 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 (ПК);
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3);
- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4);
- здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК8);
- здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК12);
- здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (ФК1);
- здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими (ФК4);
- здатність до збору, обробки, аналізу та інтерпретації необхідних даних для проведення ефективної маркетингової діяльності підприємств авіаційної галузі (ФК21).

ОПП «Електронний маркетинг»:

- 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 (ПК);
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3);
- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4);
- здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК8);
- здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) (ЗК12);
- здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (ФК7);
- здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі (ФК13);
- здатність до проведення аналітичної обробки результатів фінансово-господарської діяльності підприємств та визначати фінансові і маркетингові ризики, аналізувати і структурувати економічні явища та наслідки з точки зору сучасних теоретичних, організаційно-методичних основ обліку та оподаткування (ФК20).

### 1.4. Міждисциплінарні зв'язки

Навчальна дисципліна «Основи маркетингу на транспорті» базується на знаннях таких дисциплін: «Соціально-ринкові комунікації», «Маркетинг», «Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин» та є базою для вивчення дисциплін «Маркетинг в авіації», «Логістика та управління ланцюгами постачань».

## 2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля №1 «Комплекс маркетингу транспортних послуг», 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 «Комплекс маркетингу транспортних послуг»**

#### **Інтегровані вимоги модуля №1:**

##### **знати:**

- основні поняття маркетингу транспортних послуг;
- складові комплексу маркетингу транспортних послуг ;
- методологічні основи проведення маркетингових досліджень та розробки маркетингових стратегій.

##### **вміти:**

- проводити сегментацію ринків транспортних послуг;
- здійснювати розробку елементів комплексу маркетингу;
- організовувати та проводити маркетингові дослідження транспортних послуг.

#### **Тема 1. Сутність маркетингу та його особливості на авіаційному транспорті.**

Сутність та основні поняття маркетингу. Цілі маркетингової діяльності. Функції маркетингу. Основні елементи та комплекс маркетингу. Особливості маркетингу на авіаційному транспорті. Концепції розвитку маркетингу. Особливості маркетингу на транспорті.

#### **Тема 2. Характеристики сучасного маркетингу на транспорті**

Поняття транспортної продукції та транспортного ринку. Сутність процесу управління маркетингом на транспорті. Маркетингове середовище ринку транспортних послуг. Основні напрями маркетингу на транспорті. Поняття транспортної послуги. Особливості транспортного ринку та продукції на ринку транспортних послуг. Принципи планування та прогнозування перевезень на транспорті. Фактори впливу на обсяг перевезень.

#### **Тема 3. Маркетингові дослідження ринку авіатранспортних послуг**

Сутність та роль маркетингової інформаційної системи. Маркетингова інформація, її види та способи збору. Сегментація та вибір цільових сегментів ринку транспортних послуг. Сутність і завдання маркетингового дослідження. Напрями комплексного дослідження ринку авіатранспортних послуг. Процес маркетингового дослідження. Практична реалізація досліджень сфери перевезень. Обстеження районів тяжіння транспортних підприємств та формування попиту на вантажні перевезення. Маркетингові дослідження споживачів. Дослідження конкурентів.


#### **Тема 4. Маркетингове ціноутворення на транспортному ринку**

Сутність маркетингової цінової політики, її функції та фактори, що на неї впливають. Класифікація значення ціни. Принципи маркетингового ціноутворення. Етапи процесу ціноутворення. Особливості формування транспортних тарифів. Види знижок в системі транспортних тарифів. Завдання маркетологів щодо формування попиту на транспортні перевезення.

#### **Тема 5. Маркетингова політика комунікацій на авіаційному транспорті**

Цілі та засоби маркетингової політики комунікацій. Характеристика процесу маркетингових комунікацій. Суб'єкти та об'єкти маркетингових комунікацій на транспорті. Комунікаційна модель транспортного маркетингу. Інформація та реклама у стимулюванні попиту на транспортні послуги.

#### **Тема 6. Місце і роль транспортно-експедиційного обслуговування**

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 7 з 11	

Сутність транспортно – експедиційного обслуговування. Основні поняття та визначення у транспортно – експедиційному бізнесу. Види транспортно-експедиційного обслуговування. Операторські компанії та їх участь у транспортно – експедиційному бізнесі.

### Тема 7. Розробка комплексу маркетингу на транспортних підприємствах

Аналіз кон'юнктури транспортного ринку. Аналіз ринкових можливостей транспортних підприємств. Визначення транспортної забезпеченості та доступності. Особливості розробки комплексу маркетингу транспортних підприємств.

### Тема 8. Ефективність маркетингових заходів на транспорті

Економічна ефективність маркетингових заходів, які не вимагають капітальних вкладень. Методи оцінки позатранспортного ефекту маркетингової діяльності на транспорті. Методи визначення економічної ефективності заходів маркетингу, що вимагають додаткових інвестицій. Визначення потоку коштів і показників комерційної ефективності інвестиційного маркетингу. Приклади щодо визначення комерційної ефективності маркетингової діяльності на транспорті.

## 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
<b>Модуль №1 «Комплекс маркетингу транспортних послуг»</b>									
1.1	Сутність маркетингу та його особливості на авіаційному транспорті	<b>3 семестр</b>				<b>3 семестр</b>			
		12	2 2	2	6	10	2	-	8
1.2	Характеристика сучасного маркетингу на транспорті	11	2 2	2	5	10	1	-	9
1.3	Маркетингові дослідження ринку авіатранспортних послуг	11	2 2	2	5	10	1		9
1.4	Маркетингове ціноутворення на транспортному ринку	11	2 2	2	5	<b>4 семестр</b>			
						10		1	9
1.5	Маркетингова політика комунікацій на авіаційному транспорті	11	2 2	2	5	11	1		10
1.6	Місце і роль транспортно-експедиційного обслуговування	11	2 2	2	5	12	1	1	10
1.7	Розробка комплексу маркетингу на транспортних підприємствах	12	2 2	2	6	11	1		10
1.8	Ефективність маркетингових заходів на транспорті	12	2 2	2 1	5	12	1	1	10
1.9	Домашнє завдання	8	-	-	8	-	-	-	-
1.10	Модульна контрольна робота №1	6	2	-	4	-	-	-	-
1.11	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8
1.12	Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)	-	-	-	-	11	-	1	10
<b>Усього за модулем №1</b>		<b>105</b>	<b>34</b>	<b>17</b>	<b>54</b>	<b>105</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>93</b>
<b>Усього за навчальною дисципліною</b>		<b>105</b>	<b>34</b>	<b>17</b>	<b>54</b>	<b>105</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>93</b>



#### 2.4. Домашнє завдання.

В третьому 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 електронного маркетингу.

Конкретна мета ДЗ полягає в отриманні уявлення про основи та особливості маркетингу на транспорті, дослідження та сегментації ринку транспортних послуг.

Для успішного виконання ДЗ студент повинен **знати** особливості маркетингу на транспорті, комплекс маркетингу на транспорті, особливості комплексного дослідження ринку транспортних послуг та **вміти** проводити сегментацію ринку транспортних послуг та визначати ефективність маркетингових заходів на транспорті.

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 шостому 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. Зоріна О.І., Волохов В.А., Волохов І.В., Дергоусова О.А., Сиволовська О.В., Мкртчян О.М, Гончаренко Д.С. Маркетинг транспортних послуг: навч. посібник. – Х.: УкрДАЗТ, 2018. – 305 с.

3.2.2. Аксьонов І.М., Ейтутіс Г.Д., Кравцов Є.П., Веприцький Р.С. Рязанцев А.В. та ін. Маркетинг транспортних послуг: навчальний посібник. – Ніжин, 2018. 263 с.

3.2.3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового: книга. – К.: КМ-Букс, 2018. – 208 с.

#### Допоміжна література



	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 9 з 11	

3.2.4. Смерічевський С.Ф. Михальченко І.Г. Особливості трансформації світового ринку авіаперевезень // Науковий вісник Ужгородського університету. – У: УНУ, 2015. – Вип. 2. – С. 29-37.

3.2.5. Тофанчук А.Т. Особливості сучасних маркетингових комунікацій в авіатранспортній сфері // Економічні студії: науково-практичний журнал. – Л.: Львівська економічна фундація, 2015. – Вип. 1. – С. 107-114.

3.2.6. Пономаренко І.В. Аналіз ринку авіаперевезень в Україні // Проблеми економіки. – Х: НДЦІПР НАН України, 2017. – Вип. 14. – С. 208-214.

### 3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.3.1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3.3.2 Air transportation - statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/1707/air-transportation/>.


3.3.3. Кейс «Аналіз стратегій компаній на світовому ринку транспортних послуг». URL: [https://stud.com.ua/47717/marketing/keys\\_analiz\\_strategiy\\_kompaniy\\_svitovomu\\_rinku\\_transportnih\\_poslug](https://stud.com.ua/47717/marketing/keys_analiz_strategiy_kompaniy_svitovomu_rinku_transportnih_poslug).

## 4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ.

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

	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
<b>Вид навчальної роботи</b>	<b>Модуль №1</b>	
	<b>5 семестр</b>	<b>5, 6 семестр</b>
Виконання тестових завдань під час практичних занять	27 (сумарно)	20
Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на практичних заняттях	27 (сумарно)	20
Відповіді на практичних заняттях (з урахуванням виконання завдань, отриманих під час настановної сесії)	-	
Виконання домашнього завдання	10	-
Виконання та захист контрольної роботи (ЗФН)	-	30
Виконання творчо-індивідуального 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
<b>Усього за модулем №1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Усього за дисципліною</b>	<b>100</b>	

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

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 10 з 11	


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./Е** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу на транспорті»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 10 з 10	

(Ф 03.02 – 01)

## АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	ОЗ02	25.06.21	Фігуров Микола	<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
1	Борисенко Д. С.	22.08.22	<i>[Signature]</i>	є адекватним

(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				