

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ****Національний авіаційний університет**

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

УЗГОДЖЕНО

Декан

\_\_\_\_\_ Ю. Волошин  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи

\_\_\_\_\_ А. Гудманян  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 р.



Система менеджменту якості

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**навчальної дисципліни**  
**«Медіаеконіміка»**

Галузь знань: 06 «Журналістика»


Спеціальність: 061 «Журналістика»

Освітньо-професійна програма: «Журналістика»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	2	105/3,5	18	36	–	51	1 д/з-2с	-	Іспит 2с
Заочна	3	105/3,5	4	8	–	93	1 д/з-3 с	-	Іспит 3с

Індекс: РБ-17-061/19-2.1.8

Індекс: РБ-12-061/19-2.1.7

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаекономіка»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.04-01-2019
		Стор. 2 із 12	

Робочу програму навчальної дисципліни «Медіаекономіка» розроблено на основі освітньої програми та робочих навчальних планів № РБ-17-061/19 та № РБ-12-061/19 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 061 «Журналістика» освітньо-професійної програми «Журналістика» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила  
доцент кафедри журналістики

\_\_\_\_\_ М.А. Ричка

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри спеціальності 061 «Журналістика» освітньо-професійної програми «Журналістика» – кафедри журналістики, протокол № \_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_ р.

Завідувача кафедри \_\_\_\_\_ А.А. Іващук


Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету міжнародних відносин, протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 р.

Голова НМРР \_\_\_\_\_ Л.М. Невара

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

**Контрольний примірник**

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаеконіміка»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.04–01–2019
		Стор. 3 із 12	

## ЗМІСТ

	сторінка
<b>Вступ</b> .....	4
<b>1. Пояснювальна записка</b> .....	4
1.1. Заплановані результати .....	4
1.2. Програма навчальної дисципліни .....	5
<b>2. Зміст навчальної дисципліни</b> .....	6
2.1. Структура навчальної дисципліни (тематичний план).....	6
2.2. Домашнє завдання.....	6
2.3. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи.....	7
<b>3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни</b> .....	7
3.1. Методи навчання .....	7
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна) .....	7
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 «Медіаекономіка»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.04-01-2019
		Стор. 4 із 12	

## ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Медіаекономіка» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення та оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених розпорядженнями №071/роз. від 10.07.2019 р., № 088/роз, від 16.10.19 та відповідних нормативних документів.

## 1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

### 1.1. Заплановані результати

Навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця в галузі реклами.

**Метою** викладання дисципліни є ознайомлення студентів з основними принципами функціонування медіаекономіки і медіапланування в різних галузях (друковані ЗМІ, радіо, телебачення, нові медіа), ціноювою політикою медіаіндустрії; формування практичних навичок для самостійного аналізу медіаринку, а також - розуміння функціонування ринкової системи медіа в сучасних умовах.

**Завданням** курсу є висвітлення теоретичних основ, ознайомити студентів з ключовими поняттями медіаекономіки і принципами її функціонування в різних галузях (преса, радіо, телебачення, нові медіа); навчити навичкам дослідження медіаринків - пошуку, збору, аналізу інформації, необхідними для використання в подальшій професійній роботі аналітика і журналіста.


#### **компетентності:**

- готовність шанобливо і дбайливо ставитися до історичної спадщини і культурних традицій, толерантно сприймати соціальні і культурні відмінності, керуватися ними у професійній діяльності;
- здатність орієнтуватися в сучасній системі джерел інформації в цілому і по окремих галузях знань і сфер суспільної практики, знання;
- розуміння базових принципів формування системи ЗМІ, уявлення про основних організаційних формах медіаіндустрії (видавничі будинки, медіахолдинги, акціонерні товариства), орієнтація в сучасних реаліях функціонування системи ЗМІ, а також в її інфраструктурі.

Навчальна дисципліна «Медіаекономіка» є базою для вивчення таких дисциплін, як: «Вступ до спеціальності», «Медіапсихологія», «Спічрайтинг» та інших.

### 1.2. Програма навчальної дисципліни.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з 1-го навчального модуля, а саме «Медіаекономіка».

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаекономіка»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.04-01-2019
		Стор. 5 із 12	

## **Модуль №1 «Основи медіа-економіки»**

### **Тема 1. Понятійний апарат медіа-економіки.**

Поняття та види медіа, мас-медіа. Історія виникнення медіа. Розвиток медіа-галузі у контексті інформаційного суспільства.

### **Тема 2. Еволюція поняття, цілей та структури медіа-економіки як галузі науки.**

Американська традиція медіаекономіки як галузі науки. Розвиток медіа-економіки як галузі науки у німецькомовному середовищі. Медіаекономіка в українських наукових дослідженнях.

### **Тема 3. Теоретико-методологічний інструментарій економічної теорії та дослідження медіа- економіки.**

Модель досконалої конкуренції. Недосконалої ринку як відхилення від ідеалу досконалої конкуренції. Трансакційні витрати. Зовнішні ефекти. Ефект неподільності. Інформаційні недоліки. Адаптаційні недоліки. Нераціональна поведінка. Державне регулювання недосконалого ринку. Недосконале державне регулювання недосконалого ринку.

### **Тема 4. Медіа як товар та ринок.**

Загальна характеристика медіа-товару. Вплив зовнішніх ефектів на медіа-ринки. Вплив неподільності на медіа-ринки. Вплив інформаційних недоліків на медіа-ринки. Вплив адаптаційних недоліків на медіа-ринки. Вплив нераціональності на медіа-ринки. Медіа та мережеві ефекти. Регулювання медіа-ринків. Проблема недосконалого регулювання медіа-ринків.


### **Тема 5. Економічні особливості друкованих мас-медіа.**

Поняття «преса». Жанри в пресі: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Структура сучасної газети. Економічні аспекти друкованих мас-медіа.

### **Тема 6. Економічний зріз фотоіндустрії. Реклама.**

Роль фотографії у масовій комунікації, жанри та види фотографії. Професії, пов'язані з фотомистецтвом. Відомі фотомитці України и світу. Фотоіндустрія сучасності: економічний аспект.

Психологічні маніпуляції в рекламі. Маніпулятивні можливості мас-медіа та реклами. Реклама: економічний аспект.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаекономіка»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.04-01-2019
		Стор. 6 із 12	

### Тема 7. Економічний аспект радіоіндустрії. Музика.

Радіо як мас-медіа. Формати радіо. Основні формати радіо в Україні. Онлайн-радіо. Відеокліп як засіб візуалізації. Музична твору. Радіоіндустрія сучасності: економічний аспект.

### Тема 8. Економіка кіно и телебачення.

Історія розвитку кіно. Види та жанри кінопродукції. Мова кіно. Професії, пов'язані з кінематографом. склад знімальної групи. Видатні режисери сучасності: Україна, світ. Сучасні телевізійні жанри. Новини на телебаченні Анімація як Особливий вид кіно. ТБ сучасності: економічний аспект.


### Тема 9. Економічні особливості інтернету та онлайн ЗМІ.

Інтернет. Засоби комунікації в інтернеті. Поняття блогу та блогової журналістики. Онлайн-журналістика. Мультимедійна журналістика. Безпека та етика поведінки в інтернеті. Практична робота Новітній мультимедійній засіб інтернет: за і проти. Комп'ютерні та відеоігри. Комп'ютерна залежність. Інтернет: економічний аспект.

## 2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 2.1. Структура навчальної дисципліни (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 «Основи наукових досліджень»</b>									
1.1	Понятійний апарат медіа-економіки	2 семестр				2 семестр			
		11	2	2 2	5	6	1	1	4
1.2	Еволюція поняття, цілей та структури медіа-економіки як галузі науки.	11	2	2 2	5	6	1	1	4
1.3	Теоретико-методологічний інструментарій економічної теорії та дослідження медіа- економіки.	11	2	2 2	5	6	1	1	4
1.4	Медіа як товар та ринок	11	2	2 2	5	6	1	1	4

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаекономіка»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.04-01-2019
		Стор. 7 із 12	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.5	Економічні особливості друкованих мас-медіа.	10	2	2 2	4	4	-	-	4
1.6	Економічний зріз фотоіндустрії. Реклама.	10	2	2 2	4	<b>3 семестр</b>			
						15	-	1	14
1.7	Економічний аспект радіоіндустрії. Музика.	10	2	2 2	4	15	-	1	14
1.8	Економіка кіно и телебачення.	10	2	2 2	4	15	-	1	14
1.9	Економічні особливості інтернету та он-лайнних ЗМІ.	8	2	2	4	15	-	1	14
1.10	Виконання домашнього завдання , контрольної (домашньої) роботи.	8	-	-	8	17	-	-	17
1.11	Модульна контрольна робота №1	5	-	2	3	-	-	-	-
1.12	Підсумкова семестрова контрольна робота	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Усього за модулем №1</b>		<b>105</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>51</b>	<b>105</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>93</b>
<b>Усього за навчальною дисципліною</b>		<b>105</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>51</b>	<b>105</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>93</b>

## 2.2. Домашнє завдання

У першому 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 «Основи наукових досліджень».

Виконання ДЗ з дисципліни «Основи наукових досліджень» є важливим етапом у підготовці до участі в студентських конференціях, виконання курсових робіт, дипломної роботи майбутнього фахівця в галузі журналістики.


Конкретна мета ДЗ полягає у написанні наукової статті для збірника студентських наукових праць відповідно до встановлених вимог з можливістю подальшої публікації та участі у студентській науковій конференції. При цьому студент самостійно обирає тему дослідження.

Виконання, оформлення та захист ДЗ здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій. Час, потрібний для виконання ДЗ, – 8 годин самостійної роботи.

## 2.3. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до підсумкової контрольної роботи розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми та доводяться до відома студентів.



	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаекономіка»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.04-01-2019
		Стор. 8 із 12	

### 3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

#### 3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний метод;
- метод проблемного викладу;
- евристичний метод;
- дослідницький метод.

Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, практичних занять, самостійному вирішенні завдань, роботі з навчальною літературою. Окрім цього практичні заняття проходять у формі дискусій, презентацій, круглих столів, ділових ігор, неодмінною складовою засвоєння практичних навичок є розгляд і вирішення кейсів.

#### 3.2. Рекомендована література

##### Базова література

3.2.1. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк (2013), Медіаосвіта та медіаграмотність, Центр Вільної Преси, Київ, Україна.

3.2.2. Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. – Режим доступу : <http://www.adcoalition.org.ua/>

3.2.3. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: Монографія / Олексій Хаб'юк. — Львів : ЛНУ імені Івана Франка. 2012. — 180 с.

3.2.4. Вей У. Організаційно-економічні аспекти діяльності редакції друкованого засобу масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2020>

3.2.5. Smythe D/ Communications: Blindspot of Western Marxism , Canadian Journal of Political and Sociat Theory, vol. 1, N0 3, pp. 1-27.

3.2.6. Picard R. Media Economics. Concepts and Issues. London, Sage, 1989, p. 18, 21

3.2.7. Вырковский А.В. Теоретические представления о медиаменеджменте: основные подходы и проблемные зоны / А.В. Вырковский // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – Т.5 – №1. – С. 29-44.


3.2.8. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і допов. / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін.; за ред. В. В. Різуна. – К.: Видавничо- поліграфічний центр "Київський університет", 2012. – 352 с.

3.2.9. Balnaves, M., Donald, J., Donald, S. The Penguin Atlas of Media and Information. Key Issues and Global Trends. Penguin Reference, 2001, p. 15.

3.2.10. Mosco V. The Political Economy of Communication. Rethinking and Renewal. London, Sage, 1996, p. 47.

3.2.11. Лазарева И., Радионова А. Стратегии маркетинга в СМИ Режим доступу: [http://eff-com.ru/archive/issue5/advertising/Strategii\\_marketinga.html](http://eff-com.ru/archive/issue5/advertising/Strategii_marketinga.html)



	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаекономіка»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.04-01-2019
		Стор. 9 із 12	

- 3.2.9. Ламберт Т. Ключові проблеми керівника. – К.: Наук. думка, 2001. – 303 с.
- 3.2.10. Мотивация персонала // ИЦ «Socio Ego», [www.socioego.ru](http://www.socioego.ru).
- 3.2.11. Мудра І. М. Маркетингові стратегії регіональних газет як інструментарій завоювання популярності (на прикладі газет «Високий Замок» і «Експрес») // Поліграфія і видавнича справа випуск. – No 3–4 (63–64). – 2013.


– Режим доступу: [http://www.uad.lviv.ua/uploads/book/pivs/Polihraf\\_63\\_64.pdf](http://www.uad.lviv.ua/uploads/book/pivs/Polihraf_63_64.pdf)

#### Допоміжна література

- 3.2.13. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Москва, УРСС, 2000, с. 24-30.
- 3.2.14. Adorno T., Horkheimer V. 'The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception', in The Dialectics of Enlightenment. New York: Heder and Heder, 1972.
- 3.2.15. Королюк Н. Я. Особливості формування та просування видавничого бренду НАУКОВІ ЗАПИСКИ / SCIENTIFIC PAPERS. – 2015. – 1 (50).
- 3.2.16. Шевченко В. Е. Роль візуального стилю журналу для ідентифікації видання. – Режим доступу: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-51/44.pdf>
- 3.2.17. Штефан Р.-Моль. Журналістика: Посібник / Пер. З нім. В.Климченко; наук. ред. В.Іванов. – К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. – 343 с.

### 3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

- 3.2.18. Абов Е. Печатные СМИ: мировые и российские тенденции. Н.Новгород, 2008. Презентация - [http://www.gipp.ru/zip/23848\\_abov\\_nn.pdf](http://www.gipp.ru/zip/23848_abov_nn.pdf)
- 3.2.19. Андерсон К."Длинный хвост": новая модель ведения бизнеса. М.: "Вершина", 2008 - <http://www.inwit.ru/dlinnyy-chvost-novaya-model-vedeniya-biznesa-pdf-doc-fb2-epub-kris-anderson.htm>
- 3.2.20. Европейская конвенция о трансграничном телевидении. Страсбург 1988 (1989). - <http://conventions.coe.int/Treaty/Commun/QueVoulezVous.asp?NT=132&CM=1&CL=RUS>
- 3.2.21. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. Под ред. А.Г. Качкаевой. М., 2010 - <http://new-media-school.blogspot.ru/2010/06/blog-post.html>
- 3.2.22. Зинин Е.Ю. Интегрированные бизнес-модели в медиаиндустрии: ответы на вызовы новой эпохи //Российский журнал менеджмента. Том 6, 2008. С. 129. - [http://www.rjm.ru/files/upload/rjm/2008/3/6\\_3\\_zinin.pdf](http://www.rjm.ru/files/upload/rjm/2008/3/6_3_zinin.pdf)
- 3.2.23. Сайт Европейской комиссии. Аудиовизуальная и медиа политика. Документы - [http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/psb/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/psb/index_en.htm)
- 3.2.24. Сайт Роберта Пикара (R.Picard) - <http://www.robertpicard.net>
- 3.2.25. Сайт Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Отраслевые доклады - <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2012.html>

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаеконіміка»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.04-01-2019
		Стор. 10 із 12	

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

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1.1

Таблиця 4.1.1


Вид навчальної роботи	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
	<b>Модуль №1</b>	
	<b>1 семестр</b>	<b>2 семестр</b>
Відповіді та виконання завдань на практичних заняттях	56×6 = 30	56×2 = 10
		<b>3 семестр</b> 56×2 = 10
Виконання та захист домашнього завдання (контрольної роботи)	10	40
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>17 балів</i>	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	20	-
<i>Підсумкова семестрова контрольна робота</i>	-	-
<b>Усього за модулем №1</b>	<b>60</b>	<b>60</b>
<b>Іспит</b>	<b>40</b>	<b>40</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.

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку.

Відповідність рейтингових оцінок за окремі види навчальної роботи в балах оцінкам за національною шкалою

Рейтингова оцінка в балах							Оцінка за національною шкалою
Виконання завдань на практичних заняттях		Виконання творчої роботи	Виконання та захист домашнього завдання, (контрольної (домашньої) роботи)		Виконання модульної роботи	Підсумкова семестрова контрольна робота	
6	5	9-10	9-10	36-40	18-20	36-40	Відмінно
5	4	8	8	30-35	15-17	30-35	Добре
4	3	6-7	6-7	24-29	12-14	24-29	Задовільно
менше 4	менше 3	менше 6	менше 6	менше 24	менше 12	менше 40	Незадовільно

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Медіаекономіка»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.04-01-2019
		Стор. 11 із 12	

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. Сума підсумкової семестрової модульної та екзаменаційної рейтингових оцінок, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	<b>Відмінно</b> (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	Добре	B	<b>Дуже добре</b> (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		C	<b>Добре</b> (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67-74	Задовільно	D	<b>Задовільно</b> (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		E	<b>Достатньо</b> (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	Незадовільно	FX	<b>Незадовільно</b> (з можливістю повторного складання)
1-34		F	<b>Незадовільно</b> (з обов'язковим повторним курсом)

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./A**, **87/Добре/B**, **79/Добре/C**, **68/Задов./D**, **65/Задов./E** 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 «Медіаекономіка»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.04-01-2019
		Стор. 12 із 12	

(Ф 03.02 – 01)

**АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА**

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(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

(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				