

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«Ужгородський національний університет»

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДВНЗ

«Ужгородський національний
університет»,

протокол № 6 від 23.05 2017 р.

іменем Вченої ради, ректор

 В.І. Смоланка



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 «Управління та адміністрування»

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 «Маркетинг»

НАЗВА ОПП «Маркетинг»

Ужгород – 2017

Передмова

Освітньо-професійна програма розроблена на основі вимог Закону України «Про вищу освіту» з урахуванням положень Проекту Стандарт вищої освіти першого (бакалаврського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» робочою групою кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «Ужгородський національний університет» у складі:

1. д.н.з держ.упр., с.н.с., проф. І.І.Черленяк
2. к.е.н., доц. В.П. Федурця
3. к.е.н., доц. С.А. Жуков
4. к.е.н., доц. О.В. Зарічна (керівник проектної групи)
5. викл. І. В. Довба

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 Маркетинг

Загальна інформація	
<i>Повна назва вищого навчального закладу</i>	Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет»
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Ступінь вищої освіти: бакалавр Освітня кваліфікація: бакалавр з маркетингу
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Маркетинг
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС Термін навчання 3 роки і 10 місяців.
<i>Наявність акредитації</i>	
<i>Цикл/рівень</i>	НРК – 6 рівень, EQ-ЕНЕА – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень
<i>Передумови</i>	Наявність повної загальної середньої освіти. Умови вступу визначаються «Правилами прийому до ДВНЗ «Ужгородський національний університет».
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська
<i>Термін дії освітньої програми</i>	
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	http://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/15068
Мета освітньої програми	
Підготовка кваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють сучасним управлінським та економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, що базуються на оволодінні системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення успішної роботи підприємства на засадах маркетингу.	
Характеристика освітньої програми	
<i>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</i>	Галузь знань: Управління та адміністрування; Спеціальність: Маркетинг
<i>Орієнтація освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма. Орієнтована на здобуття студентами загально-економічних і професійних знань, вмінь та навичок для виконання професійних функцій і типових задач діяльності у сфері маркетингу.
<i>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</i>	Загальна програма «Маркетинг».
<i>Особливості програми</i>	Освітня програма ґрунтується на оволодінні студентами основними теоретично-прикладними аспектами маркетингової діяльності, принципів

	та методів дослідження , аналізу та оцінки маркетингового середовища (ринку), методикою оцінки конкурентоспроможності.
Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	Випусники освітньої програми можуть працевлаштовуватись на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми, обіймати керівні посади, працювати в консалтингових компаніях, в проектних організаціях, в банківських установах, в страхових компаніях, наукових та освітніх закладах, на підприємствах де наявні підрозділи: маркетингу, логістики і постачання, збуту та виробництва, маркетингових досліджень, міжнародних зв'язків тощо.
<i>Подальше навчання</i>	Випусники мають можливість навчатися за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.
Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Лекції, семінари, практичні заняття, практика на підприємствах та в організаціях, самостійна робота на основі підручників та конспектів, кейсовий метод навчання, консультації із викладачами, підготовка та публікування наукових статей, написання та захист курсових робіт та випускної бакалаврської роботи.
<i>Оцінювання</i>	Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за 100-бальною шкалою; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX) та національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно, зараховано, незараховано) Тестування, опитування, дискусії, презентації, письмові есе, самоконтроль та самооцінка, модульні контрольні роботи, звіти про практику, захист курсових робіт, усні та письмові екзамени, комплексний екзамен з фаху, захист кваліфікаційної роботи бакалавра.
Програмні компетентності	
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<i>Загальні компетентності (ЗК)</i>	<p>ЗК 1. Здатність до здійснення професійно-ділового спілкування за допомогою усної та письмової ділової комунікації українською та іноземною мовами.</p> <p>ЗК 2. Здатність формування соціальної компетентності, у формі співробітництва в групі та команді, адаптуватись відповідно до умов середовища</p> <p>ЗК 3. Здатність до впровадження наукових досліджень у фаховій діяльності, здатність впровадження нових ідей та нововведень.</p> <p>ЗК 4. Здатність до формування логічного мислення, здійснення аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів, здійснення самостійного аналізу економічних та політичних явищ і процесів.</p> <p>ЗК 5. Здатність здійснювати математичне моделювання економіко-управлінських процесів, складати відповідні задачі та обирати відповідні імовірісно-математичні методи їх розв'язання.</p> <p>ЗК 6. Здатність до системного мислення та самовдосконалення, формування стійкого світогляду та наполегливість у досягненні мети, адаптуватись до вимог навколишнього середовища тощо.</p> <p>ЗК 7. Здатність до формування системи знань щодо засад організації і планування маркетингової діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання та набуття відповідних практичних навичок та вмінь.</p> <p>ЗК 8. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісні взаємодії при вирішенні поставлених завдань.</p>
<i>Фахові компетентності (ФК)</i>	ФК1. Здатність розробляти маркетингові програми та готувати проекти угод з надання послуг (юридичних, банківських, дослідних, транспортних та інших) підприємству інститутами ринку.

	<p>ФК2. Здатність ефективно організовувати моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища маркетингової діяльності підприємства та превентивного реагування на зміни його стану.</p> <p>ФК3. Здатність здійснювати діагностику стану ринку середовища маркетингової діяльності.</p> <p>ФК4. Здатність реалізовувати плани діяльності за складниками комплексу маркетингу: товар-ціна-розподіл-комунікація.</p> <p>ФК5. Здатність здійснювати контроль за виконанням планових завдань та угод.</p>
--	--

Програмні результати навчання

ПРН 1. Уміння використовувати набуті теоретичні знання з маркетингу на практиці; демонструвати знання основних категорій маркетингу, принципів управління діяльністю підприємства на основі маркетингу.

ПРН 2. Здатність застосовувати методологічні прийоми і методи дослідження при управлінні маркетинговою діяльністю та розв'язуванні маркетингових задач.

ПРН 3. Уміння відображати та аналізувати маркетингову інформацію в економічній документації та обчислювати за допомогою неї показники господарської діяльності підприємства.

ПРН 4. Уміння визначати стратегічні цілі маркетингової діяльності та організувати їх реалізацію, планувати виробничу, товарну, цінову, комунікаційну та збутову діяльність.

ПРН 5. Уміння використовувати інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 6. Вміти застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватись до змін маркетингового середовища.

ПРН 7. Здатність усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН 8. Вміти пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям у сфері маркетингу та іншим представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН 9. Вміти застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції.

ПРН 10. Навички самостійного виконання завдань, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 11. Вміти нести відповідальність за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 12. Вміти виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення.

ПРН 13. Здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань, мати повагу до різноманіття та міжкультурності.

ПРН 14. Вміти підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН 15. Навички письмової та усної загальної комунікації, державною та іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

Ресурсне забезпечення реалізації програми

<i>Кадрове забезпечення</i>	Виконання освітньої програми «Маркетинг» забезпечують науково-педагогічні працівники Університету. Викладання більшості обов'язкових дисциплін, дисциплін вибору ВНЗ та дисциплін вільного вибору студента забезпечуються кафедрою спеціальності «Маркетинг»: кафедрою бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту. Сукупний кадровий потенціал кафедри спеціальності «маркетинг» складає 12 штатних викладачів, серед яких 10 кандидат наук, 1 доктор наук та 10 – за сумісництвом, з яких 6 професорів.
<i>Матеріально – технічне забезпечення</i>	Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребам. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам. Для проведення практичних та

	лабораторних робіт, інформаційного пошуку та обробки результатів наявні спеціалізовані комп'ютерні класи факультету з необхідним програмним забезпеченням та необмеженим відкритим доступом до мережі Інтернет.
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	<ul style="list-style-type: none"> - офіційний сайт УжНУ: http://uzhnu.edu.ua/; - точки бездротового доступу до мережі Інтернет; - необмежений доступ до мережі Інтернет; - наукова бібліотека, читальні зали; - віртуальне навчальне середовище Moodle; - навчальні і робочі плани; - графіки навчального процесу - навчально-методичні комплекси дисциплін; - дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; - програми практик; - методичні вказівки щодо виконання курсових проектів(робіт), дипломних проектів (робіт);
Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників у вітчизняних вищих навчальних закладах вищої освіти на основі двосторонніх договорів між Ужгородським національним університетом та університетами України.
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	<p>Угода щодо семестрового академічного обміну між Академією ім. Яна Длугоша в Ченстохові, (Польща);</p> <p>Договір з Вищою школою економіки та менеджменту державного управління м. Братислава (Словаччина);</p> <p>Меморандум про співробітництво з Пряшівським університетом у м. Пряшів (Словаччина).</p>
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	Можливе навчання іноземних громадян. Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком.

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП (частина навчального плану)

Код н/д	Компонент освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Нормативні навчальні дисципліни			
<i>1.1. Цикл гуманітарної та соціально-економічної підготовки</i>			
1	Ділова українська мова	3	залік
2	Історія та культура України	4	екзамен
3	Філософія	3	екзамен
4	Іноземна мова	5	залік/екзамен
5	Фізичне виховання		
	Всього	15	
<i>1.2. Цикл фундаментальної підготовки</i>			
6	Історія маркетингу та генеза маркетингових концепцій	5	екзамен
7	Мікроекономіка	3	залік
8	Макроекономіка	3	залік
9	Основи підприємництва та ринкової економіки	4	екзамен
10	Вища математика	4	залік
11	Теорія ймовірності і математична статистика	5	залік
12	Економіко-математичні методи та моделі	4	екзамен
13	Безпека життєдіяльності	3	залік
14	Аналіз господарської діяльності підприємства	5	екзамен
	Всього	36	
<i>1.3. Цикл професійної та практичної підготовки</i>			
15	Економіка підприємства	3	екзамен
16	Вступ до фаху	6	екзамен
17	Основи організації бізнесу	6	екзамен
18	Бізнес-планування	4	залік
19	Товарознавство	4	екзамен
20	Менеджмент	3	екзамен
21	Маркетинг	10	залік /екзамен
22	Комп'ютеризація економічних розрахунків	4	залік
23	Фінанси, гроші і кредит	4	екзамен
24	Міжнародні економічні відносини	4	екзамен
25	Економіка праці і соціально-трудова відносини	3,5	залік
26	Бухгалтерський облік	4	екзамен
27	Теорія організації	4	залік
28	Реклама і стимулювання збуту	3	екзамен
29	Регіональна економіка та просторовий розвиток	4	екзамен
30	Фінансові ринки та ринки фінансових послуг	4	залік
31	Поведінка споживачів	3	екзамен
32	Основи логістики	4	екзамен
33	Маркетингова товарна політика	4,5	екзамен
34	Маркетинг промислового підприємства	5	екзамен
35	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
36	Маркетинг послуг	3	екзамен
37	Ризики в маркетингу	4	залік
38	Маркетингові дослідження	6	екзамен
39	Маркетинговий аналіз та аудит	3	залік
40	Маркетингові комунікації	4	екзамен
	Всього	111	

2. Дисципліни вільного вибору студента			
2.1. Цикл гуманітарної та соціально-економічної підготовки			
41	Правознавство/Політологія	3	залік
42	Соціологія/Логіка	3	залік
43	Етика бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність/Сучасні бізнес-комунікації	4	залік
44	Трансформаційна економіка та економічна політика держави/Економічна глобалізація	5	залік
	Всього	15	
2.2. Цикл дисциплін професійної та практичної підготовки			
45	Іноземна мова за професійним спрямуванням/Друга іноземна мова	6	залік/екзамен
46	Паблік рілейшнз/Основи реклами та зав'язків з громадськістю	5	екзамен
47	Інноваційний маркетинг /Діагностика конкурентоспроможності	4	екзамен
48	Стандартизація і сертифікація товарів і послуг/Економічне прогнозування	3	залік
49	PR-технології в організаціях/Організаційна культура	4	залік
50	Маркетингова політика розподілу/Маркетинг закупівель	3	залік
51	Прямий маркетинг/Соціальний маркетинг	3	залік
52	Міжнародний маркетинг/ Міжнародний бізнес	4	екзамен
53	Світові фінанси/Міжбюджетні відносини	3	залік
54	Інфраструктура товарного ринку/Основи мерчандайзингу	4	екзамен
55	Регіональний маркетинг/Маркетинг туризму	3	залік
56	Інтернет-маркетинг/Інтернет-технології в бізнесі	3	залік
	Всього	45	
	Навчальна (економічна) практика	4,5	
	Виробнича практика	4,5	
	Виконання дипломної роботи бакалавра із захистом в ЕК, іспит зі спеціальності	9	
	Загальна обсяг освітньої програми	240	

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться Екзаменаційною комісією після завершення навчання на освітньому ступені бакалавр з метою комплексної перевірки й оцінки теоретичної та практичної підготовки студентів-випускників, у формі здачі іспиту зі спеціальності та захисту дипломної роботи бакалавра.

Екзаменаційна комісія створюється щороку у складі голови та членів комісії. Екзаменаційна комісія працює у строки, визначені графіком навчального процесу на поточний навчальний рік, що розробляється на основі навчальних планів, затверджується ректором університету.

Рішення екзаменаційної комісії про оцінку результатів атестації, присудження освітнього ступеня, а також про видачу здобувачам вищої освіти дипломів (дипломів з відзнакою) про закінчення вищого навчального закладу приймається на закритому засіданні екзаменаційної комісії відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів екзаменаційної комісії, які брали участь в її засіданні.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Вибіркові навчальні дисципліни

		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5
1.	Правознавство/Політологія	+			+					+				+
2.	Соціологія/Логіка	+	+											
3.	Етика бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність/Сучасні бізнес-комунікації	+	+		+		+	+	+					+
4.	Трансформаційна економіка та економічна політика держави/Економічна глобалізація										+	+		+
5.	Іноземна мова за професійним спрямуванням/Друга іноземна мова	+					+							
6.	Паблік рілейшнз/Основи реклами та зав'язків з громадськістю	+			+		+	+	+					+
7.	Інноваційний маркетинг /Діагностика конкурентоспроможності		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
8.	Стандартизація і сертифікація товарів і послуг/Економічне прогнозування	+		+			+	+						+
9.	PR-технології в організаціях/Організаційна культура	+	+	+			+	+	+					+
10.	Маркетингова політика розподілу/Маркетинг закупівель	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+
11.	Прямий маркетинг/Соціальний маркетинг	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+
12.	Міжнародний маркетинг/Міжнародний бізнес	+			+		+	+		+	+	+	+	+
13.	Світові фінанси/Міжбюджетні відносини	+			+	+	+				+	+		
14.	Інфраструктура товарного ринку/Основи мерчандайзингу	+	+		+	+					+	+	+	+
15.	Регіональний маркетинг/Маркетинг туризму	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+
16.	Інтернет-маркетинг/Інтернет-технології в бізнесі	+	+	+			+	+					+	

**5.Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми
Нормативні навчальні дисципліни**

		РН 1	РН 2	РН 3	РН 4	РН 5	РН 6	РН 7	РН 8	РН 9	РН 10	РН 11	РН 12	РН 13	РН 14	РН 15
1.	Ділова українська мова				+	+			+					+	+	+
2.	Історія та культура України				+									+		+
3.	Філософія													+	+	+
4.	Іноземна мова															+
5.	Фізичне виховання															
6.	Історія маркетингу та генеза маркетингових концепцій	+						+			+					
7.	Мікроекономіка								+	+						
8.	Макроекономіка								+	+						
9.	Основи підприємництва та ринкової економіки				+	+	+	+		+				+		+
10.	Вища математика									+						
11.	Теорія ймовірності і математична статистика								+	+						
12.	Економіко-математичні методи та моделі								+	+						
13.	Безпека життєдіяльності															
14.	Аналіз господарської діяльності підприємства			+			+		+	+						
15.	Економіка підприємства	+			+	+	+		+	+	+	+	+		+	+
16.	Вступ до фаху				+			+				+			+	
17.	Основи організації бізнесу				+	+	+					+	+	+		
18.	Бізнес-планування	+		+		+			+	+	+	+	+	+		+
19.	Товарознавство	+						+	+	+	+		+			
20.	Менеджмент	+			+	+	+		+	+	+	+	+	+		+
21.	Маркетинг	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
22.	Комп'ютеризація економічних розрахунків			+					+	+					+	
23.	Фінанси, гроші і кредит									+						
24.	Міжнародні економічні відносини				+								+	+		+
25.	Економіка праці і соціально-трудові відносини				+	+				+					+	+
26.	Бухгалтерський облік			+					+	+			+			
27.	Теорія організації				+											
28.	Реклама і стимулювання збуту	+			+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
29.	Регіональна економіка та просторовий розвиток						+			+				+	+	
30.	Фінансові ринки та ринки фінансових послуг				+		+		+	+			+			
31.	Поведінка споживачів	+			+	+	+	+		+	+		+	+		+
32.	Основи логістики	+		+	+	+	+	+	+	+	+		+			
33.	Маркетингова товарна політика	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	
34.	Маркетинг промислового підприємства	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	
35.	Маркетингове ціноутворення	+				+	+	+		+	+		+		+	
36.	Маркетинг послуг	+	+		+	+	+	+	+		+		+			
37.	Ризики в маркетингу	+						+		+	+		+		+	
38.	Маркетингові дослідження	+		+			+	+	+	+	+		+		+	
39.	Маркетинговий аналіз та аудит	+		+				+	+	+	+		+		+	
40.	Маркетингові комунікації	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+

Вибіркові навчальні дисципліни

		ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15
41.	Правознавство/Політологія				+	+		+				+		+	+	+
42.	Соціологія/Логіка				+	+								+		
43.	Етика бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність/ Сучасні бізнес-комунікації	+			+	+		+	+		+	+		+		+
44.	Трансформаційна економіка та економічна політика держави/ Економічна глобалізація	+			+	+	+		+	+						
45.	Іноземна мова за професійним спрямуванням/ Друга іноземна мова									+						+
46.	Паблік рілейшнз/Основи реклами та зав'язків з громадськістю				+	+		+					+	+		+
47.	Інноваційний маркетинг /Діагностика конкурентоспроможності	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+			
48.	Стандартизація і сертифікація товарів і послуг/ Економічне прогнозування							+	+							
49.	PR-технології в організаціях/Організаційна культура	+	+	+	+	+				+	+	+		+	+	+
50.	Маркетингова політика розподілу/Маркетинг закупівель	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	
51.	Прямий маркетинг/Соціальний маркетинг	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
52.	Міжнародний маркетинг/ Міжнародний бізнес	+	+	+	+	+	+	+			+		+	+	+	+
53.	Світові фінанси/ Міжбюджетні відносини				+	+	+						+			
54.	Інфраструктура товарного ринку/Основи мерчендайзингу	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+		+	
55.	Регіональний маркетинг/ Маркетинг туризму	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	+	
56.	Інтернет-маркетинг/ Інтернет-технології в бізнесі	+		+		+	+	+		+	+		+	+	+	