

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ
«МАРКЕТИНГ І БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ»**

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань **18 «Виробництво та технології»**

Код та найменування спеціальності **181 «Харчові технології»**

Освітньо-професійна програма **Технологічна експертиза та безпека харчової продукції**

Ступінь вищої освіти **бакалавр**

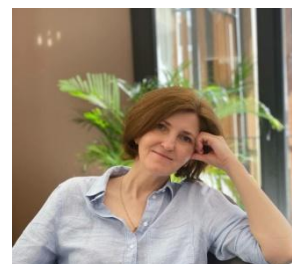
Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності **181 «Харчові технології»**

« 11 » к в і т н я 2024 р. протокол №4

1. Загальна інформація

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)
Викладач: **Устенко Інна Андріївна**, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат технічних наук



[Профайл](#)

Контакти:
innagross1975@gmail.com,
048-712-41-03

Викладач: **Мардар Марина Ромиківна**, професор кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, доктор технічних наук



[Профайл](#)

Контакти:
marinamardar2003@gmail.com
0674856882

Освітній компонент викладається на 3 курсі у 5 семестрі

Кількість: кредитів - 3, годин – 90

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	30	14	16
заочна	14	6	8
Самостійна робота, годин	Денна – 60		Заочна – 76

[Розклад занять](#)

2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «МАРКЕТИНГ І БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ»

Дисципліна полягає в формуванні у здобувачів освіти компетенцій, необхідних для ефективного управління маркетинговими процесами та розробки бізнес-планів у сфері ресторанного бізнесу та здорового харчування. Маркетинг пронизує всі стадії життєвого циклу продуктів і послуг, від створення ідеї до реалізації готової продукції, забезпечуючи гармонізацію інтересів бізнесу та споживачів.

Важливість дисципліни обумовлена зростаючими вимогами до підприємств ресторанного бізнесу, що мають відповідати сучасним тенденціям ринку, задовольняти потреби клієнтів та одночасно забезпечувати фінансову стабільність. Знання маркетингових інструментів та навички бізнес-планування є ключовими для досягнення цих цілей.

Практика показує, що без умінь аналізувати ринкові тенденції, визначати цільові аудиторії, розробляти стратегії просування та будувати фінансові моделі, досягти успіху у конкурентному середовищі практично неможливо. Курс спрямований на розвиток у здобувачів критичного мислення, креативного підходу до вирішення бізнес-завдань та практичних навичок створення маркетингових стратегій і бізнес-планів.

Дисципліна також включає аналіз кейсів успішних проєктів, розробку власних бізнес-ідей та їх презентацію, що дозволяє формувати готовність до реальних викликів у професійній діяльності.

Освітній компонент «Маркетинг і бізнес-планування» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти в результаті вивчення освітніх компонент «Підприємництво та інвестиційна діяльність», «Технології харчових виробництв».

3. Мета освітнього компоненту

Метою освітнього компоненту «Маркетинг та бізнес-планування» є формування у здобувачів вищої освіти компетенцій, необхідних для розуміння, як ефективно управляти маркетинговою діяльністю, розробки бізнес-планів та впровадження сучасних технологій у ресторанному бізнесі та сфері здорового харчування.

Основним завданням освітнього компоненту є: розвиток навичок аналізу ринку, виявлення потреб споживачів і формування конкурентоспроможних маркетингових стратегій; навчання методології створення бізнес-планів із урахуванням специфіки ресторанного бізнесу та здорового харчування; ознайомлення зі стратегіями просування продуктів і послуг, а також інструментами оцінки їхньої ефективності; формування вмінь використовувати сучасні інформаційні технології та аналітичні підходи для прийняття бізнес-рішень.

У результаті вивчення освітнього компоненту студент повинен:

знати:

основи маркетингової діяльності та бізнес-планування;
сучасні інструменти аналізу ринку, цільових аудиторій і конкурентного середовища;
теоретико-методичні основи сутності, принципів і функцій маркетингу, цілей і завдань маркетингової діяльності, систем сучасного маркетингу; сутності, цілей, завдань, класифікації, етапів, методів маркетингових досліджень; маркетингової товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики.

вміти:

проводити маркетингові дослідження та аналізувати їхні результати;
використовувати інтернет-ресурси для просування проєктів ресторанного господарства та закладів рекреаційного спрямування;
розробляти бізнес-плани для проєктів у сфері ресторанного бізнесу та здорового харчування;
надавати рекомендації щодо удосконалення практики використання маркетингової інформації і методів, складання МІС, проведення маркетингових досліджень; уміння розробити пропозиції щодо удосконалення маркетингової товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики;
оцінювати стан та перспектив маркетингової діяльності на підприємстві;
визначати та надавати характеристику механізму впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на стан та особливості господарської діяльності підприємства;
обґрунтовувати та визначати механізм ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «Маркетинг і бізнес-планування» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 181 «Харчові технології»](#) та освітньо-професійній програмі [«Технологічна експертиза та безпека харчової продукції» підготовки бакалаврів](#).

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми технічного і технологічного характеру, що вирішуються комплексністю та невизначеністю умов у виробничих умовах підприємств харчової промисловості та ресторанного господарства та у процесі навчання, що передбачає застосування теоретичних основ та методів харчових технологій.

Загальні компетентності:

- K02. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- K03. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- K04. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
- K05. Здатність до пошуку та аналізу інформації з різних джерел.

Спеціальні компетентності:

K27. Здатність підвищувати ефективність виробництва, впроваджувати сучасні системи менеджменту.

Програмні результати навчання:

ПР02. Виявляти творчу ініціативу та підвищувати свій професійний рівень шляхом продовження освіти та самоосвіти.

ПР03. Уміти застосовувати інформаційні та комунікаційні технології для інформаційного забезпечення професійної діяльності та проведення досліджень прикладного характеру.

ПРІ4. Підвищувати ефективність виробництва шляхом впровадження ресурсоощадних та конкурентоспроможних технологій, аналізувати стан і динаміку попиту на харчові продукти.

ПР15. Впроваджувати сучасні системи менеджменту підприємства.

ПР21 Вміти доносити результати діяльності до професійної аудиторії та широкого загалу з метою донесення ідей, проблем, рішень і власного досвіду у сфері харчових технологій.

ПР25. Виявляти творчу ініціативу з питань ринкової трансформації економіки.

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

5.1 Перелік лекційних завдань

Тема	Зміст теми	Години	
Змістовний модуль 1. Маркетинг і бізнес-планування		денна ф.н.	заочна ф.н.
1	Сутність маркетингу і його сучасні концепції. Маркетинг: основні поняття. Концепції маркетингу та їх характеристика. Принципи і функції маркетингу. Цілі і задачі маркетингової діяльності підприємства. Системи і характеристики сучасного маркетингу.	4	1
2	Маркетингові дослідження в сфері ресторанного бізнесу. Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика. Поняття маркетингової інформації, класифікація, значення маркетингової інформації. Маркетингова інформаційна система (МІС). Сутність і класифікація маркетингових досліджень. Процес маркетингових досліджень. Сутність, значення та ознаки сегментації ринку. Стратегії охоплення ринку.	2	1
3	Маркетингова товарна політика в сфері ресторанного бізнесу. Товар, послуги і товарна політика підприємства в умовах маркетингової орієнтації. Процес розробки нових товарів та послуг. Сутність конкурентоспроможності товарів та послуг.	2	1
4	Маркетингова цінова політика в сфері ресторанного бізнесу. Ціна і цінова політика у маркетинговій діяльності підприємства. Формування маркетингової цінової політики.	2	1
5	Маркетингова політика комунікацій в сфері ресторанного бізнесу. Комплекс маркетингових комунікацій (просування-мікс): сутність, види, функції. Реклама в комплексі маркетингових комунікацій. Паблік рилейшнз у комплексі маркетингових комунікацій. Стимулювання збуту: сутність і заходи. Прямий маркетинг: сутність і форми. Інструменти інтернет-маркетингу.	2	1
6	Бізнес-планування для підприємств ресторанного господарства. Бізнес-план у системі планування діяльності підприємств та ресторанного господарства. Визначення бізнес-плану, цілі та задачі бізнеспланування в ресторанному господарстві. Структура бізнес-плану, особливості розробки.	2	1
Всього за ОК:		14	6

5.2 Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва практичної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Закони, що діють на ринку – попит і пропозиція.	2	1
2	Рівновага на ринку	2	1
3	Оцінка ступеня монополізації ринку	2	1
4	Конкурентоспроможність товарів, послуг та її оцінка	2	1
5	П'ять рівнів товару за Котлером	2	1
6	Концепція маркетинг-мікс	2	1
7	Дослідження діяльності конкурентів	2	1
8	Бізнес-планування. Як скласти бізнес-план	2	1
Всього за ОК:		16	8

5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	По темі 5 рівнів товару скласти 5 рівнів послуги, товару. Оформити презентацію.	10	15
2	По темі Концепція маркетинг-мікс скласти концепцію підприємства ресторанного господарства. Оформити презентацію.	20	25
3	По темі Дослідження діяльності конкурентів скласти характеристики закладів-конкурентів для свого підприємства ресторанного господарства. Оформити презентацію.	15	20
4	По темі Бізнес-планування скласти бізнес-план власної справи або підприємства ресторанного господарства. Оформити презентацію.	15	16
Всього за ОК:		60	76

6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- *тестування знань здобувачів з певних тем або з певних окремих питань ОК;*
- *виконання і захист практичних робіт і завдань до самостійної роботи;*
- *усне опитування за окремими темами;*
- *модульна контрольна робота;*

Підсумковий контроль – **диференційований залік.**

Нарахування балів:

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	денна	заочна
Змістовний модуль 1. Маркетинг і бізнес-планування		
Лекційний курс*	10	10
Практичні роботи*	40	20
Самостійна робота*	20	40
Тестування в системі Moodle*	30	30
Всього	100,0	100,0

*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті](#).

Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів**Контрольні заходи під час лекційного курсу**

<i>Бали</i>	<i>Критерії оцінювання</i>	<i>Оцінка</i>
10-9	Здобувач відвідував 90-100 % лекційних занять, надавав повні та обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін або попередніх тем під час експрес-опитування, брав активну за власною ініціативою участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив проблемні запитання, брав участь в обґрунтовуванні висновків-резюме за підсумками розгляду теми лекції чи окремих питань	відмінно
8-7	Здобувач відвідував 80-90 % лекційних занять, надавав вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	дуже добре
6-5	Здобувач відвідував 60-80 % лекційних занять, надавав достатньо вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	добре
4-3	Здобувач відвідував не менше 50 % лекційних занять, надавав достатні, але не обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції	достатньо
2-0	Здобувач відвідував не більше 50% лекційних занять, не брав участі в експрес-опитуваннях щодо базових аспектів теми лекції та не брав участі у дискусіях з проблемних аспектів лекції	незадовільно

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – денна форма навчання – 8 практичних робіт)

5,0 – 4,1 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
4,0 – 3,1 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
3,0 – 2,1 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
2,0 – 1,1 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
1,0 – 0 балів	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – заочна форма навчання – 4 практичні роботи)

5,0 – 4,1 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
4,0 – 3,1 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
3,0 – 2,1 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
2,0 – 1,1 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
1,0 – 0 балів	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи денна форма навчання – 4 роботи)

5,0 – 4,1 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
4,0 – 3,1 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
3,0 – 2,1 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
2,0 – 1,1 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
1,0 – 0 балів	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи заочна форма навчання – 4 роботи)

10,0 – 8,1 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
8,0 – 6,1 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
6,0 – 4,1 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
4,0 – 2,1 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
2,0 – 0 балів	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Тестування (в системі Moodle)

30,0 - 25,0	100 - 81 % правильних відповідей	відмінно
24,0 - 21,0	80 – 68 % правильних відповідей	дуже добре
20,0 – 19,0	67 – 61 % правильних відповідей	добре
18,0 – 13,0	60 – 41 % правильних відповідей	достатньо
12 – 0	40 – 0 % правильних відповідей	незадовільно

7. Засоби діагностики успішності навчання

Методи навчання, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

Лекційні заняття: Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія; Наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація; пояснювально- демонстративний метод, проблемний виклад.

Практичні заняття: аналіз конкретних ситуацій (проблемних, звичайних, нетипових); групове обговорення питання; дискусії, виконання ситуаційно-розрахункових задач, інтерактивні методи навчання (проблемне навчання, робота в малих групах, кейс-метод, проєктний метод), тренінг, технології ситуативного моделювання, технології опрацювання дискусійних питань

Самостійна робота: робота з навчально-методичними матеріалами, робота зі статистично-аналітичними звітами, складання планової та звітної документації, науково-дослідна робота студентів (методи пізнання, аналогій, оцінка, ілюстрація тощо), складання скетчів за темами лекцій, реферування, конспектування).

8. Інформаційні ресурси

Базова (основна):

1. Маркетинг [Електронний ресурс] : підручник / Р. І. Буряк, В. К. Збарський, М. П. Талавира, В. М. Бондаренко ; за ред. В. К. Збарського ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. — Вид. 2-ге перероб. та допов. — Київ : КОМПРИНТ, 2023. — 538 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2145668>

2. Маркетингова діяльність підприємств [Електронний ресурс] : підручник для здобувачів вищої освіти спец. 075 «Маркетинг» всіх форм навчання / О. П. Косенко, П. Г. Перерва, С. О. Васильцова та ін. ; за ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". — Харків : Оберіг, 2023. — 1155 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2277439>

3. Лозовська, Г. М. Конспект лекцій з дисципліни "Маркетинг комерційних і рекреаційних послуг" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг" СВО "Бакалавр" ден. та заоч. форми навчання / Г. М. Лозовська, Р. Р. Значек ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНТУ, 2023. — 68 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2146557>

4. Лозовська, Г. М. Конспект лекцій з курсу "Маркетинг послуг" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг" ден. та заоч. форми навчання / Г. М. Лозовська, Р. Р. Значек ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНТУ, 2023. — 68 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2146623>

5. Шканова О.М. Маркетинг послуг [Текст] : навч. посіб. / О. М. Шканова. — Київ : Кондор, 2022. — 304 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2230820>

Додаткова

1. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст] : кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар ; відп. секретар О. В. Євтушок ; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : Лерадрук, 2020. — 757 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1626597>

2. Маркетингові комунікації [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. І. Зоріна, О. В. Сиволовська, Т. В. Нескуба, О. М. Мкртичян ; під ред. О. І. Зоріної ; Укр. держ. ун-т залізн. транспорту. — Харків, 2021. — 227 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2143983>

3. Маркетингові системи розподілу [Текст] : навч. посіб. / Л. С. Безугла, І. В. Перезовова, В. В. Лагодієнко та ін. ; Нац. техн. ун-т "Дніпров. політехніка", Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу, Одес. нац. технол. ун-т, Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. — Дніпро : Грані, 2022. — 244 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2069311>

4. Значек, Р. Р. Конспект лекцій з курсу "Маркетинг готельного і ресторанного господарства" [Електронний ресурс] : для студентів ф-ту "Інноваційних технологій харчування і ресторанно-готельного бізнесу" спец. 241 "Готельно-ресторанна справа" ден. та заоч. форми навчання / Р. Р. Значек, Г. М. Лозовська, М. С. Статєва ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2022. — 51 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1729491>

5. Маркетинг у цифровому середовищі [Електронний ресурс] : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов, та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко ; Сум. держ. ун-т. — Суми : СумДУ, 2021. — 259 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2089305>

6. Прикладний бізнес-аналіз та моделювання [Електронний ресурс] : підручник / Л. В. Титенко, С. В. Богдан, Т. М. Паянок та ін. ; Держ. податк. ун-т. — Ірпінь, 2023. — 474 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2308675>

7. Барроу К. Бізнес-план [Текст] : практ. посіб. / К. Барроу, П. Барроу, Р. Браун. — 3-тє вид. — Київ : Знання, 2001. — 285 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT-cnv.BibRecord.39481>

8. Должанський І.З. Бізнес-план: технологія розробки [Текст] : навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна ; Макіїв. екон.-гуманіт. ін-т. — 2-ге вид. — Київ : ЦУЛ, 2009. — 384 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT-cnv.BibRecord.47466>

9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#), [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015 та роботодавців](#).

Викладачі

ПІДПИСАНО

Інна УСТЕНКО

ПІДПИСАНО

Марина МАРДАР

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри Маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «11» лютого 2024 р. № 6

Завідувач кафедри
ПОГОДЖЕНО:

ПІДПИСАНО

Володимир ЛАГОДІЄНКО

Гарант ОП Технологічна експертиза та
безпека харчової продукції

ПІДПИСАНО

Лариса ГУРАЛЬ