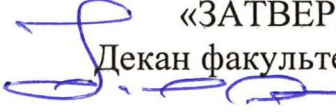


**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ СУСПІЛЬНИХ НАУК
Кафедра політології і державного управління**

 «ЗАТВЕРДЖУЮ»
Декан факультету суспільних наук
Остапець Ю. О.
30 червня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Рівень вищої освіти	Другий (освітньо-професійний)
Галузь знань	C Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини
Спеціальність	C2 Політологія
Освітня програма	Політологія
Статус дисципліни	вибіркова
Мова навчання	Українська

Ужгород 2025

Робоча програма навчальної дисципліни «Соціальні мережі та ведення бізнесу в цифрову епоху» для здобувачів вищої освіти галузі знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини спеціальності С2 Політологія освітньої програми «Політологія», другий (магістерський) рівень.

Розробники: Білак Ю.Ю. - к.ф.-м.н., доцент, завідувач кафедри програмного забезпечення систем, факультету інформаційних технологій;
Клименко М.В.- асистент кафедри програмного забезпечення систем, факультету інформаційних технологій;
Роль М.І. - ст.викладач кафедри програмного забезпечення систем, факультету інформаційних технологій.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри програмного забезпечення систем протокол №13 від 12 травня 2025 р.

Завідувач кафедри _____ Юрій БІЛАК

Схвалено науково-методичною комісією факультету інформаційних технологій протокол № 7 від 12 червня 2025 р.

Т.в.о. голови науково-методичної комісії _____ Ігор ПОВХАН

© Білак Юрій Юрійович, 2025 р.,
© Клименко Михайло Володимирович, 2025 р.,
© Роль Мар'яна Іллівна , 2025 р.
© Ужгородський національний університет, 2025 р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120	1-ий	-
Кількість модулів – 2	Семестр:	
Тижневих годин: для денної форми навчання: 3 аудиторних – 42 самостійної роботи студента – 78	1-ий	-
	Лекції:	
	24	-
	Практичні (семінарські):	
	18	-
Вид підсумкового контролю: залік	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: усна	Самостійна робота:	
	78	-

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни «Соціальні мережі та ведення бізнесу в цифрову епоху» є ознайомлення здобувачів вищої освіти з особливостями функціонування соціальних мереж як інструменту політичної та суспільної комунікації, цифрового підприємництва та сучасних підходів до управління публічним іміджем у цифровому середовищі. Курс сприяє розвитку навичок критичного мислення, стратегічного використання цифрових платформ у політичній діяльності, а також формуванню здатності до адаптації в умовах цифрової трансформації суспільства.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

1) загальних компетентностей:

- здатність проводити дослідження на відповідному рівні (ЗК-02);
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК-04);
- виявляти, ставити та розв'язувати проблеми (ЗК-07);
- спілкуватися іноземною мовою у професійній комунікації (ЗК-08);
- працювати у міжнародному контексті (ЗК-09);
- дотримуватися засад толерантності й мультикультурності (ЗК-10).

2) фахових компетентностей:

- критичне осмислення проблем та принципів функціонування та закономірностей розвитку влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, гендерної політики, світової політики та політики окремих країн та регіонів (СК-03);
- спроможність комплексно використовувати нормативну та емпіричну політичну теорію, методологію політичних досліджень та прикладного політичного аналізу (СК-05);
- здатність використовувати широкий спектр концептів і методів для інтерпретації та аналізу політики на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні (СК-06);
- спроможність ефективно виконувати політико-організаційні, експертно-аналітичні та консультативні функції на національному та міжнародному рівні (СК-07);
- вміння застосовувати форми, інструменти та методи публічної політики європейських країн у практичній професійній діяльності в Україні (СК-09).

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми, вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
застосовувати спеціалізовані концептуальні знання з політології, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності	ПРН-02
критично осмислювати принципи здійснення влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, світової політики та політики окремих країн	ПРН-06
застосовувати кращі практики діяльності органів влади, територіальних громад, політичних та громадських організацій, аналітичних структур	ПРН-09
враховувати етнокультурні параметри суспільства в політичній, публічній та організаційній діяльності	ПРН-10

виробляти та реалізовувати публічну політику в середовищі політичних організацій, органів влади, міжнародних та аналітичних структур	ПРН-11
здійснювати інформаційно-аналітичну, експертну, проектну діяльність, володіти навичками політичної діагностики, прогнозування та моделювання	ПРН-12

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «Соціальні мережі та ведення бізнесу в цифрову епоху»:

Очікувані результати навчання дисципліни	Шифр ПРН
критично осмислювати роль соціальних мереж у трансформації політичних інститутів, публічної політики та цифрової комунікації	ПРН-06
застосовувати кращі європейські та глобальні практики використання цифрових платформ у діяльності органів влади та громадських ініціатив	ПРН-09
враховувати етнокультурні, мовні та релігійні особливості у цифровому контенті для публічного позиціонування у мультикультурному середовищі	ПРН-10
формувати та реалізовувати стратегії цифрової публічної політики та онлайн-комунікації у рамках політичних і соціальних ініціатив	ПРН-11
використовувати цифрові інструменти для аналізу аудиторій, управління онлайн-репутацією, SMM, медіапланування та моніторингу інформації	ПРН-12

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- залік;
- письмове тестування;
- виконання практичних завдань (аналіз кейсів, підготовка презентацій, SWOT-аналіз цифрової кампанії, SMM-аудит тощо).

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: демонстрація розробленого проекту, усне тестування.

Форма модульного контролю: письмова контрольна робота.

Форма підсумкового семестрового контролю: усний залік, демонстрація проекту.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	50	100
10	10	10	10	10		

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота						Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	40	100
10	10	10	10	10	10		

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	4	40	4	40
Аналітичне завдання	1	30	1	30
Модульна контрольна робота	1	30	1	30
Разом		100		100

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Мінімальний поріг для допуску до модульної контрольної роботи становить 10 балів поточного контролю. Модульна контрольна робота складається з трьох запитань описово-аналітичного характеру.

Перше запитання покликане оцінити знання з тематичної проблематики відповідного модуля, яка надавалася на лекціях і обговорювалася на семінарах (наприклад, роль соціальних мереж у політичній комунікації або підприємстві). Максимальна оцінка – 10 балів.

Друге запитання має на меті оцінити розуміння сучасних тенденцій розвитку цифрового підприємництва, впливу соціальних мереж на бізнес-моделі, політичний брендинг, мобілізаційні практики. Максимальна оцінка – 15 балів.

Третє питання є творчо-аналітичним. Залежно від обґрунтованості аргументів, застосування аналітичних інструментів (наприклад, SWOT-аналізу, аудиту присутності бренду в соціальних мережах) та особистих висновків здобувача з обраної проблематики, завдання може бути оцінене максимально у 25 балів.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Відповідно до «*Положення про порядок та методичку проведення семестрових (курсових) екзаменів і заліків в Ужгородському національному університеті*» (затверджено Наказом Ректора ДВНЗ «УжНУ» № 698/01-17 від 08.05.2015 р.), знання студентів оцінюється як з теоретичної, так і з практичної підготовки за такими критеріями:

оцінку «відмінно» (90-100 балів, А) заслуговує студент, який:

- студент повністю і глибоко володіє навчальним матеріалом дисципліни;
- демонструє вміння самостійно та критично оцінювати явища цифрової політики та онлайн-бізнесу;
- вільно використовує термінологію, цифрові концепти, виконує завдання творчо, застосовує знання у нових ситуаціях;
- знайомий з рекомендованою та додатковою літературою, здатен вести фахову аргументовану дискусію;
- виявляє схильність до аналітичної та науково-дослідної роботи.

оцінку «добре» (82-89 балів, В) – заслуговує студент, який:

- повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання в достатньому обсязі відповідно до навчально-програмового матеріалу, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях;
- має здатність до самостійного пошуку інформації, а також до аналізу, постановки і розв'язання проблем професійного спрямування;
- під час відповіді допустив деякі неточності, які самостійно виправив, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу;

оцінку «добре» (74-81 бал, С) заслуговує студент, який:

- засвоїв основний матеріал, проте демонструє незначні помилки;
- вміє узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача;
- виконує завдання, проте без глибокого критичного аналізу.

оцінку «задовільно» (64-73 бали, D) – заслуговує студент, який:

- опанував базові поняття та теми дисципліни;
- допускає суттєві помилки у відповідях, але за допомогою викладача здатен їх виправити;
- знайомий лише з частиною рекомендованої літератури.

оцінку «задовільно» (60-63 бали, E) – заслуговує студент, який:

- знання носять репродуктивний характер;
- виконання завдань задовольняє мінімальні вимоги;
- відсутня здатність до самостійного аналізу.

оцінка «незадовільно» (35-59 балів, FX) – виставляється студенту, який:

- не опанував ключові теми дисципліни;
- демонструє серйозні прогалини у знаннях, не здатний виконати навіть базові завдання.

оцінка «незадовільно» (35 балів, F) – виставляється студенту заочної форми навчання, який:

- володіє навчальним матеріалом тільки на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів або не володіє зовсім;
- завдання не виконані або містять критичні помилки.

При виставленні оцінки враховуються результати навчальної роботи студента протягом семестру.

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1

Тема 1. Вступ до соціальних мереж та їх роль у цифровій епосі.

Огляд соціальних мереж, їх еволюція та вплив на суспільство. Можливості та виклики для бізнесу в цифровому середовищі.

Тема 2. Цільові аудиторії та її сегментація.

Аналіз цільових аудиторій та їх поведінки в соціальних мережах. Методи сегментації для ефективного маркетингу.

Тема 3. Брифування та планування кампаній.

Основи створення брифів для соціальних медіа-кампаній. Планування та координація маркетингових ініціатив.

Тема 4. Контент-стратегії та створення контенту.

Розробка контент-планів для залучення аудиторії. Види контенту: тексти, графіка, відео та інтерактивні формати. Поняття логотипу та його роль в стратегії.

Тема 5. Ризики та етичні аспекти.

Потенційні ризики в соціальних мережах (кризи репутації, дезінформація). Етичні стандарти та конфіденційність даних.

Модуль 2

Тема 1. Маркетингові стратегії та просування бренду.

Розробка маркетингових стратегій для соціальних платформ. Методи просування бренду та продуктів/послуг.

Тема 2. Аналіз даних та оцінка ефективності.

Збір і аналіз даних для оптимізації кампаній. Використання аналітичних інструментів (Google Analytics, платформні дані).

Тема 3. Управління репутацією та кризовий менеджмент.

Стратегії реагування на негативні відгуки та кризи. Моніторинг репутації бренду в реальному часі.

Тема 4. Інструменти автоматизації, конструктори сайтів та SEO.

Застосування інструментів автоматизації (Hootsuite, Buffer). Огляд конструкторів сайтів (Wix, Squarespace) для бізнесу. Основи SEO-оптимізації для підвищення видимості в пошукових системах.

Тема 5. Безпека в соціальних мережах.

Захист даних користувачів та бізнесу від кіберзагроз. Методи забезпечення конфіденційності та безпеки в соціальних платформах.

Тема 6. Використання AI-інструментів.

Інтеграція штучного інтелекту для аналізу аудиторії та автоматизації контенту. Застосування AI в таргетингу та персоналізації маркетингу.

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Форма навчання: денна					
	Усього	у тому числі				
Лекції		практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота	
1-й семестр						
Модуль 1						
Тема 1. Вступ до соціальних мереж та їх роль у цифровій епосі.	16	2	2			12
Тема 2. Цільові аудиторії та її сегментація.	22	4	4			14
Тема 3. Брифування та планування кампаній.	16	2	2			12
Тема 4. Контент-стратегії та створення контенту.						
Тема 5. Ризики та етичні аспекти.						
Модульна контрольна робота						
Разом за модуль	54	8	8			38
Модуль 2						
Тема 1. Маркетингові стратегії та просування бренду.	14	4	2			8
Тема 2. Аналіз даних та оцінка ефективності.	14	4	2			8
Тема 3. Управління репутацією та кризовий менеджмент.	12	2	2			8
Тема 4. Інструменти автоматизації, конструктори сайтів та SEO.	12	2	2			8
Тема 5. Безпека в соціальних мережах.	14	4	2			8
Тема 6. Використання AI-інструментів.						
Модульна контрольна робота						
Разом за модуль	66	16	10			40
Разом за семестр	120	24	18	-	-	78

6.3. Теми практичних (семінарських, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Створення брифу на основі якого сформуємо бізнес або особу яку будемо представляти в соціальних мережах.	2	-
2	Сегментація цільових аудиторій та створення профілів користувачів	4	-
3	Створення логотипу та брендбуку для бренду.	2	-
4	Вибір соціальної мережі на основі цільової аудиторії. Створення та налаштування профілю бренду в соціальних мережах.	2	-
5	Розробка контент-стратегії та створення зразків контенту	2	-
6	Створення сайту для бренду.	2	-
7	Аналіз даних та КРІ.	2	-
8	Автоматизація роботи із використанням AI.	2	-
Разом		18	-

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Поняття бренду. Що являє собою бренд. Що таке брендбук компанії.	12	-
2	Види контент. Аналіз впливу виду контенту на сегмент аудиторії.	14	-
3	Інструменти для аналізу даних в SMM.	12	-
4	Огляд та порівняння конструкторів сайтів.	8	-
5	Інструменти для створення медіаконтенту.	8	-
6	Монетизація в соціальних мережах.	8	-
7	Запуск реклами в соціальних мережах.	8	-
8	Види трафіку в SMM. Органічний трафік. Платний трафік. Соціальний трафік. Реферальний трафік. Прямий трафік.	8	-
Разом		78	-

6.5. Індивідуальні завдання

Індивідуальна робота студента з предмету «Соціальні мережі та ведення бізнесу в цифрову епоху» включає виконання таких завдань:

- вибір бренду компанії або особистого бренду для якого буде створено профіль в соціальних мережах;
- створення брифу для вибраного бренду;
- створення логотипу бренду;
- визначення цільової аудиторії бренду;
- створення профілю в соціальних мережах та налаштування;
- створення маркетингового та контент плану;
- створення веб-сайту для бренду;
- створення та налаштування реклами в соціальних мережах.

7. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Іванова О.В., Петренко М.П. Соціальні мережі як інструмент цифрового маркетингу: Монографія. Київ: Видавництво "Наукова думка", 2022. 312 с.
2. Цифровий бізнес у епоху соціальних медіа: колективна монографія / За ред. С.І. Кравчука. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2021. 420 с.
3. Сидоренко Л. Тенденції розвитку SMM у сучасному бізнесі. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2020, № 3(17), С. 45–58.
4. Коваленко А.О., Григоренко Т.В. Стратегії просування бізнесу в соціальних мережах: навчальний посібник. Одеса: Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова, 2019. 224 с.
5. Цифрова трансформація бізнесу: практичний підхід / Упоряд. О. Мельник. Львів: Видавництво "Львівська політехніка", 2023. 376 с.
6. Інструменти SMM у веденні бізнесу: колективна монографія / За заг. ред. Н.В. Лисенко. Дніпро: Дніпровський національний університет, 2022. 512 с.
7. Зозуля О. Вплив соціальних мереж на поведінку споживачів у цифрову епоху. Економіка і підприємництво. 2021. № 4. С. 78–92.
8. Шевченко І.М., Бондаренко О.Ю. SEO та SMM у стратегіях цифрового бізнесу: монографія. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 298 с.
9. Гнатюк Р. Автоматизація маркетингу в соціальних мережах: виклики та можливості. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. № 65. С. 112–120.
10. Кравченко Н.О. Таргетована реклама як ключовий елемент SMM-стратегій. Інформаційні технології в економіці. 2023. № 1. С. 33–41.

Допоміжна література

1. Мороз О.В., Сидоров С.Я. Роль контент-маркетингу в просуванні бізнесу в соціальних мережах. Бізнес-інформ. 2021. Вип. 5. С. 19–25.
2. Лисенко Т.І. Аналіз ефективності SMM-кампаній для малого бізнесу. Економічний вісник Донбасу. 2020. № 2(60). С. 67–73.
3. Пилипенко В. Інструменти автоматизації в цифровому маркетингу. Інноваційна економіка. 2022. № 3. С. 45–52.
4. Бойко Л.М., Коваль О.Е. Вплив соціальних мереж на репутацію бренду. Маркетингова стратегія. 2019. № 1(42). С. 8–16.
5. Гриценко А. Цифрова безпека бізнесу в соціальних мережах. Право і безпека. 2021. № 4. С. 145–156.
6. Соловей О. Тренди SMM у 2023 році: адаптація бізнесу до змін. Сучасний маркетинг. 2023. № 7. С. 89–96.
7. Перспективи розвитку цифрової економіки в Україні / Ред. І. Козак. Київ: Видавництво "КІБІТ", 2022. 298 с.
8. Мельничук В. SEO-оптимізація для соціальних платформ: практика та теорія. Інформаційні системи та мережі. 2020. № 5. С. 22–29.
9. Ткачук О. Інтеграція AI в SMM-стратегії бізнесу. Технології та інновації. 2022. № 2. С. 130–138.
10. Bondar N. Digital Marketing Trends in the Era of Social Media. International Journal of Business Studies. 2021. No 29. P. 55–68.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. Hootsuite Insights. Social Media Trends. <https://www.hootsuite.com/research>.
2. Google Analytics Help Center. <https://support.google.com/analytics>.
3. Facebook for Business. <https://www.facebook.com/business>.
4. Instagram Business Resources. <https://business.instagram.com>.

5. LinkedIn Marketing Solutions. <https://business.linkedin.com/marketing-solutions>.
6. Ютуб канал Андрія Федоріва - Fedoriv Vlog. <https://www.youtube.com/@FEDORIVVLOG>
7. Курс “Цифрові медіа та основи маркетингу”. <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-media-and-marketing/>
8. Курс “Цифрові медіа та маркетингові стратегії”. <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-media-and-marketing-strategies/>
9. Курс “Fundamentals of Digital Marketing”.
<https://skillshop.exceedlms.com/student/collection/1384851?locale=uk>
10. Курс “Менеджер із цифрового маркетингу”. <https://osvita.dii.gov.ua/courses/digital-marketing-manager>
11. Бізнес сторінка у Facebook.
https://www.youtube.com/watch?v=jW7KFF0CQC8&ab_channel=PROMarketing%23

**Результати перегляду
робочої програми навчальної дисципліни**

Робоча програма перезатверджена на 20__ / 20__ н.р. без змін; зі змінами (Додаток __).
(потрібне підкреслити)

протокол № __ від «__» _____ 20__ р. Завідувач кафедри _____
(підпис) (Прізвище
ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20__ / 20__ н.р. без змін; зі змінами (Додаток __).
(потрібне підкреслити)

протокол № __ від «__» _____ 20__ р. Завідувач кафедри _____
(підпис) (Прізвище
ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20__ / 20__ н.р. без змін; зі змінами (Додаток __).
(потрібне підкреслити)

протокол № __ від «__» _____ 20__ р. Завідувач кафедри _____
(підпис) (Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20__ / 20__ н.р. без змін; зі змінами (Додаток __).
(потрібне підкреслити)

протокол № __ від «__» _____ 20__ р. Завідувач кафедри _____
(підпис) (Прізвище
ініціали)

Робоча програма навчальної дисципліни «Соціальні мережі та ведення бізнесу в цифрову епоху» для здобувачів вищої освіти галузі знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини спеціальності С2 Політологія освітньої програми «Політологія», другий (магістерський) рівень.

Розробники: Білак Ю.Ю. - к.ф.-м.н., доцент, завідувач кафедри програмного забезпечення систем, факультету інформаційних технологій;
Клименко М.В.- асистент кафедри програмного забезпечення систем, факультету інформаційних технологій;
Роль М.І. - ст.викладач кафедри програмного забезпечення систем, факультету інформаційних технологій.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри програмного забезпечення систем протокол №13 від 12 травня 2025 р.

Завідувач кафедри  Юрій БІЛАК

Схвалено науково-методичною комісією факультету інформаційних технологій протокол № 7 від 12 червня 2025 р.

Т.в.о. голови науково-методичної комісії  Ігор ПОВХАН

© Білак Юрій Юрійович, 2025 р.,

© Клименко Михайло Володимирович, 2025 р.,

© Роль Мар'яна Іллівна, 2025 р.

© Ужгородський національний університет, 2025 р.