



Основная профессиональная образовательная программа

38.03.03.Управление персоналом

Управление личностно-профессиональным развитием персонала

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра социологии, социальной работы и управления персоналом



Рабочая программа дисциплины

Маркетинг персонала

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	38.03.03 Управление персоналом
Направленность (профиль) образовательной программы:	Управление личностно-профессиональным развитием персонала
Тип образовательной программы:	программа прикладного бакалавриата

Иваново



1. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины «Маркетинг персонала»:

- формирование у студентов системы знаний теории маркетинга персонала,
- формирование навыков и умений в области использования инструментов маркетинга персонала в практической деятельности.

Задачи:

- раскрыть содержание концепций, функций и инструментов маркетинга персонала,
- овладение бакалаврами технологией управления маркетингом персонала на предприятии,
- овладение бакалаврами технологией сбора маркетинговой информации, выбора методов маркетинговых исследований и технологией проведения маркетинговых исследований на практике,
- подготовить бакалавров к организационно-управленческой, информационно-аналитической работе, обеспечивающей эффективную работу с персоналом в организации.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Курс «Маркетинг персонала» относится к вариативной части учебного плана. Он читается на четвертом курсе обучения по направлению 38.03.03 «Управление персоналом». Он связан с дисциплинами «Управление персоналом организации», «Экономика управления персоналом».

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:

Знать: теоретические основы экономики управления персоналом, понятийный аппарат управления персоналом.

Уметь: находить и использовать информацию из учебной, научной литературы и интернет-источников для исследовательской и аналитической деятельности.

Владеть: устного выступления по прочитанному материалу, самостоятельной работы с литературой и самостоятельного выполнения заданий.

Знания, полученные при изучении дисциплины «Маркетинг персонала», используются в дальнейшем при изучении специальных дисциплин по курсу «Управление персоналом»: «Управление карьерой», «Основы кадровой политики и кадрового планирования».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина (согласно матрице соответствия компетенций и составляющих ОП)

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

профессиональные (ПК):

Способен осуществлять поиск, привлечение, отбор и подбор персонала, а так же разрабатывать предложения по формированию бюджета на подбор персонала (ПК-2);

Способен осуществлять стратегическое управление персоналом, организационную деятельность маркетинга персонала, а так же формировать кадровую политику организации (ПК-9).



3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с формируемыми компетенциями

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные концепции маркетинга персонала (ПК-9);
- функции и инструменты маркетинга персонала (ПК-9);
- технологии управления маркетингом персонала на предприятии (ПК-9)

Уметь:

- применять на практике основные инструменты маркетинга персонала (ПК-9);
- собираать маркетинговую информацию, подбирать методы маркетинговых исследований и проводить их на практике (ПК-2);
- осуществлять поиск, привлечение, отбор и подбор персонала (ПК 2);
- осуществлять организационную деятельность маркетинга персонала (ПК-9);
- исследовать рынок труда (ПК 2).

Владеть:

- современными инструментами маркетинга персонала (ПК-9);
- технологией проведения маркетинговых исследований рынка труда (ПК-2);
- технологией формирования имиджа организации как работодателя (ПК-2).

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 15 зачетных единиц (540 академических часов). Экзамен как форма итогового контроля. Курс изучается в 7 и 8 семестре.

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п\п	Раздел дисциплины	Курс	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения) Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	
Раздел 1. Маркетинг персонала					
1.	Занятость населения и рынок труда: основные понятия и категории	4	10	10	Входная диагностика: фронтальный опрос с последующим обсуждением результатов. Опрос лекционного материала



2.	Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований	4	10	10	Опрос лекционного материала, контрольная работа
3.	Сущность и содержание маркетинга персонала	4	10	10	Опрос лекционного материала. Тестирование
4.	Инструменты маркетинга персонала	4	20	20	Опрос лекционного материала. Тестирование.
5.	Управление маркетингом персонала на предприятии	4	18	14	Опрос лекционного материала, тестирование, подготовка рефератов
Итого за 7 семестр:			68	64	
Раздел 2. Рынок труда					
6.	Занятость населения и ее регулирование	4	7	7	Фронтальный опрос с последующим обсуждением результатов. Опрос лекционного материала
7.	Рынок труда: сущность, основные компоненты, виды и модели	4	7	8	Опрос лекционного материала, решение задач
8.	Безработица: причины, особенности и пути минимизации	4	7	7	Опрос лекционного материала, решение задач
9.	Государственное регулирование социально-трудовых отношений занятости	4	7	7	Опрос лекционного материала, подготовка рефератов по выбранным темам
10.	Теоретические основы исследования трудовой миграции	4	7	7	Опрос лекционного материала
11.	Механизм формирования доходов в сфере занятости	4	7	7	Подготовка рефератов. Решение задач



12.	Уровень и качество жизни населения	4	8	7	Опрос лекционного материала, Тестирование
Итого за 8семестр:			50	50	
Итого по дисциплине:			118	114	Экзамен

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Тема 1. Занятость населения и рынок труда: основные понятия и категории

Занятость населения: сущность, структура, особенности формирования в различные периоды. Виды занятости: полная и неполная, формальная и неформальная, первичная и вторичная.

Критерии определения и основные характеристики эффективности и рациональности занятости. Рациональная занятость. Взгляды отечественных экономистов на проблему занятости. Неполная и избыточная занятость.

Показатели занятости: трудоспособное население, экономически активное население, экономически неактивное население. Развитие отношений занятости в нашей стране: исторический аспект.

Определение рынка труда, его классификация. Сегментация рынка труда. Механизм функционирования рынка труда. Принципы существования и предпосылки формирования рынка труда. Конъюнктура и структура рынка труда. Субъекты рынка труда. Инфраструктура рынка труда.

Особенности функционирования рынка труда. Основные компоненты рынка труда и механизм их взаимодействия. Современные виды и модели рынка труда.

Формирование российского рынка труда. Особенности рынка труда России. Региональные рынки труда. Рынок труда Ивановской области.

Тема 2. Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований

Сущность и назначение маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система в управлении персоналом. Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Система маркетинговой информации: система внутренней отчетности, система сбора внешней текущей маркетинговой информации, система маркетинговых исследований, система анализа маркетинговой информации. Вторичная и первичная информация. Источники маркетинговой информации по персоналу.

Основные направления и методы маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований: исследования рынка, потребителей, конкурентов, товаров, цены, системы продвижения товара. Преимущества и недостатки различных методов сбора информации. Маркетинговые исследования рынка труда.

Процедура маркетинговых исследований. Схема маркетингового исследования: выявление проблем и формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов.



Тема 3. Сущность и содержание маркетинга персонала

Маркетинг персонала – ответственный этап в управлении персоналом. Маркетинг персонала – вид управленческой деятельности, направленной на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами. Эти ресурсы образуют стратегический потенциал, с помощью которого возможно решение конкретных целевых задач.

Маркетинг персонала означает содержательное расширение функции производственного маркетинга в область управления человеческими ресурсами. Маркетинг персонала трактует рабочее место как продукт, который продается на рынке труда.

Сущность и принципы маркетинга персонала.

Маркетинг персонала как определенная философия и стратегия управления человеческими ресурсами на предприятии. Маркетинг персонала как элемент кадровой политики, реализуемый через комплекс задач управления персоналом.

Маркетинг персонала как вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонале. Маркетинговая концепция управления персоналом.

Анализ кадрового потенциала организации. Организация кадрового планирования. Планирование и прогнозирование потребности в персонале.

Функции маркетинга персонала: информационные и коммуникационные. Информационная функция маркетинга персонала: изучение требований, предъявляемых к должностям и рабочим местам; исследование внешней и внутренней среды организации; изучение рынка труда; изучение имиджа организации как работодателя.

Коммуникационные функции маркетинга персонала: сегментирование рынка труда; источники и пути покрытия потребности в персонале; внутриорганизационные связи в маркетинге персонала.

Тема 4. Инструменты маркетинга персонала

Связи с общественностью в управлении персоналом.

Организация общественного мнения: сущность, назначение, используемые средства (установление и поддержание связей с прессой, пропаганда услуг (товара), общефирменная коммуникация, лоббизм, консультирование). Роль и места связи с общественностью в управлении персоналом. Оценка результатов пропагандистской деятельности.

Корпоративная культура как инструмент маркетинга персонала.

Сущность и характерные черты корпоративной культуры организации. Значение корпоративной культуры в организации, ее влияние на эффективность деятельности организации в целом. Корпоративная культура как инструмент маркетинга персонала.

Имидж организации как инструмент маркетинга персонала.

Основные характеристики имиджа, его виды и функции. Формирование внутреннего и внешнего имиджа организации. Имидж как психологическая PR-категория в организации. Имидж организации как инструмент маркетинга персонала.

Тема 5. Управление маркетингом персонала на предприятии

Подсистема планирования и маркетинга персонала в организации.



Функции подсистемы планирования и маркетинга персонала: разработка кадровой политики, разработка стратегии управления персоналом, анализ кадрового потенциала, анализ рынка труда, организация кадрового планирования, планирование и прогнозирование потребности в персонале, организация рекламы, поддержание взаимосвязи с внешними источниками, обеспечивающими организацию кадрами.

Процесс управления маркетингом персонала на предприятии.

Система управления маркетингом персонала на предприятии. Роль маркетинговой деятельности в системе управления персоналом с позиции повышения конкурентоспособности предприятия и достижения поставленных целей.

Организация и совершенствование маркетинга персонала на предприятии. Основные функции отдела маркетинга персонала в системе управления персоналом. Планирование персонала, определение качественной и количественной потребности в персонале, выбор источников и путей покрытия потребности в персонале. Подбор и расстановка кадров по подразделениям, участкам и рабочим местам, управление профессиональной адаптацией работника в трудовом коллективе. Планирование деловой карьеры персонала. Участие отдела маркетинга в создании единой информационной базы, изучение и прогнозирование конъюнктуры рынка труда. Формирование имиджа компании в глазах, как своих сотрудников, так и общественности в целом.

Тема 6. Занятость населения и ее регулирование

Управление занятостью и рынком труда: сущность, задачи и цели. Управление занятостью в современных условиях.

Занятость населения: сущность, структура, особенности формирования в различные периоды. Критерии определения статуса занятого. Виды занятости: полная и неполная, формальная и неформальная, первичная и вторичная.

Критерии определения и основные характеристики эффективности и рациональности занятости. Рациональная занятость. Взгляды отечественных экономистов на проблему занятости. Неполная и избыточная занятость.

Показатели занятости: трудоспособное население, экономически активное население, экономически неактивное население.

Развитие отношений занятости в нашей стране: исторический аспект.

Тема 7. Рынок труда: сущность, основные компоненты, виды и модели

Определение рынка труда, его классификация. Сегментация рынка труда. Механизм функционирования рынка труда. Принципы существования и предпосылки формирования рынка труда. Конъюнктура и структура рынка труда. Субъекты рынка труда. Инфраструктура рынка труда.

Особенности функционирования рынка труда. Основные компоненты рынка труда и механизм их взаимодействия. Современные виды и модели рынка труда.

Формирование российского рынка труда. Особенности рынка труда России. Региональные рынки труда. Рынок труда Ивановской области.

Тема 8. Безработица: причины, особенности и пути минимизации



Понятие безработицы, ее причины и последствия. Социально уязвимые группы населения на рынке труда.

Структурная, фрикционная, институциональная, региональная, циклическая. Естественный уровень безработицы.

Уровень безработицы и методика его расчета.

Безработица в США, Западной Европе, Азии и Африке. Зарубежный опыт управления занятостью и рынком труда. Регулирование безработицы за рубежом. Европейская, скандинавская и американская модели государственной политики в области занятости.

Государственные программы материальной поддержки безработных. Сущность и содержание скрытых форм безработицы и занятости. Причины и социально-экономические последствия скрытой безработицы и теневой занятости.

Политика в отношении скрытых форм безработицы и занятости: принципиальные подходы.

Тема 9. Государственное регулирование социально-трудовых отношений занятости

Исторический опыт регулирования рынка труда. Усилия общественных организаций (МОТ, профсоюзов) по регулированию отношений на рынке труда.

Государственное регулирование спроса на труд. Меры государственного регулирования рынка труда, направленные на стимулирование спроса на труд: программы общественных работ; субсидирование занятости; финансово-кредитное воздействие на рынок труда.

Предложение труда как объект государственного регулирования.

Государственные программы материальной поддержки безработных.

Тема 10. Теоретические основы исследования трудовой миграции

Причины и виды миграции рабочей силы. Три направления движения населения: миграция как многообразие пространственного перемещения людей независимо от его характера и целей; пространственные перемещения между населенными пунктами как основная причина постоянной или временной смены места жительства и работы; территориальное перераспределение.

Классификация форм международной миграции. Пять основных типов современной международной миграции: переселенцы, переезжающие на постоянное место жительства; работающие по контракту, в котором четко оговорен срок пребывания в принимающей стране; профессионалы, имеющие высокий уровень подготовки, соответствующее образование, практический опыт работы, а также преподаватели и студенты, перемещающиеся в мировой системе высшего образования; нелегальные иммигранты, в число которых включаются также иностранцы с просроченной или туристической визой, занимающиеся тем не менее трудовой деятельностью; беженцы – лица, вынужденные эмигрировать из своих стран из-за какой-либо угрозы.

Основные тенденции и проблемы тенденции миграции в современном мире.

Тема 11. Механизм формирования доходов в сфере занятости

Факторы, определяющие уровень дохода в сфере занятости.



Определение и состав среднего класса. Три основных критерия (группы критериев) «нахождения» среднего класса: доход и состояние; социальный статус, включая престижность профессии, образование, должность и т.п.; самоощущение, самоидентификация.

Средний класс как стабилизатор общества. Средний класс как самый широкий потребительский рынок для мелкого и среднего бизнеса.

Положение среднего класса в современной России. Положение среднего класса в других странах

Российская олигархия: общее и особенное. Крупные земельные собственники докапиталистического или раннекапиталистического типа. Нарождающийся многослойный правящий класс, представляющий собой обуржуазившихся земельных собственников и правителей традиционного типа. Армия с сильно выраженными кастовыми началами. Клань, традиционно влиятельные семьи, часто связанные родственными отношениями.

Причины возникновения олигархии. Российская олигархия как уникальное явление. Появление российской олигархии в результате инверсионного - возвратного - развития.

Ситуация бедности и ее причины. Экономическая маргинализация общества. Влияние бедности на воспроизводство человеческого потенциала.

Методы оценки бедности: статистический, нормативный метод лишений, стратификационный, эвристический, экономический, который определяет категорию бедных ресурсными возможностями государства, направленными на поддержание их материальной обеспеченности.

Показатели бедности и методика их расчета. Коэффициент глубины бедности и коэффициент остроты бедности. Бедность в России и ее характеристика.

Методические основы анализа состояния бедности. История борьбы с бедностью.

Тема 12. Уровень и качество жизни населения

Общие показатели уровня жизни. Система количественных и качественных показателей уровня жизни: общий объем потребления материальных благ и услуг, уровень потребления продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг; реальные доходы населения, размер заработной платы, поступления доходов из других источников (за счет пенсий, пособий, стипендий, реализации продукции личного подсобного хозяйства, дивидендов и процентов на инвестированные в производство личные трудовые доходы); условия труда, продолжительность рабочего и свободного времени; жилищные условия; показатели образования, здравоохранения и др.

Методические основы наблюдения за динамикой уровня жизни населения. Прожиточный минимум как важнейший показатель уровня жизни в РФ. Методы расчета прожиточного минимума. Уровень жизни и качество жизни.

5. Образовательные технологии

Организация учебного процесса осуществляется через лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов по подготовке рефератов, тестирование, решение контрольной работы, индивидуальное консультирование.

Применяются следующие технологии:

- технология проблемного обучения – основные темы курса на лекционных и практических занятиях раскрываются через постановку и разрешение проблемных вопросов путем совместного обсуждения.



Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: технологии смешанного обучения, мобильные технологии, технология визуализации (презентационная графика).

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Способы организации самостоятельной работы студентов.

Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа, представлено в таблице 4.1.

Перечень методических материалов представлен в разделе 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Методические и справочные материалы для студентов вузов выставлены в системе ЭИОС «Мой университет» – Учебные материалы – Направление подготовки «Управление персоналом (Управление личностно-профессиональным развитием персонала)».

Полностью весь методический материал по обеспечению самостоятельной работы студентов приводится в Приложении 1 к РП.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Система контроля по курсу включает: входной контроль, текущий контроль и итоговый контроль по курсу.

Входной контроль предполагает фронтальный опрос с последующим обсуждением результатов (см.: Приложение 2).

Текущий контроль осуществляется преподавателем через анализ работы студентов на лекции и семинарских занятиях: опрос лекционного материала, решение тестов, выполнение контрольной работы. (см. Приложение 1 и 2).

Итоговый контроль осуществляется в форме экзамена.

Форма проведения экзамена устная.

Критерии итоговой оценки студента по дисциплине.

Оценка состоит из:

1. посещение занятий (25%)
2. рефераты по теме, тестирование, контрольная работа (25%)
3. экзамен (50%)

Оценка “отлично” проставляется, если бакалавр:

Знает:

- основные концепции маркетинга персонала;
- функции и инструменты маркетинга персонала;
- технологии управления маркетингом персонала на предприятии

Умеет:

- применять на практике основные инструменты маркетинга персонала;
- собирать маркетинговую информацию, подбирать методы маркетинговых исследований и проводить их на практике;
- осуществлять поиск, привлечение, отбор и подбор персонала;
- осуществлять организационную деятельность маркетинга персонала;
- исследовать рынок труда.

Владеет:



- современными инструментами маркетинга персонала ;
- технологией проведения маркетинговых исследований рынка труда;
- технологией формирования имиджа организации как работодателя.

Оценка «хорошо» проставляется, если бакалавр:

- демонстрирует знания и умения, близкие к оценке «отлично», но допускает 2-3 неточности.

Оценка «удовлетворительно» проставляется, если бакалавр:

- допускает ошибки при ответе на экзаменационные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» проставляется, если бакалавр:

- не отвечает на вопросы экзаменационного билета.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Электронная библиотека ИвГУ-- URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452888>

2. Иган Джон, Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник / Иган Джон ; пер. Е.Э. Лалаян. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 375 с. - Электронная библиотека ИвГУ-- URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710>

3. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / ред. И.М. Синяева. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0 ;.- Электронная библиотека ИвГУ- URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438> (19.01.2019).

Дополнительная литература:

1. Основы кадровой политики и кадрового планирования : методические указания для студентов дневного отделения, обучающихся по направлению подготовки 38.03.03 "Управление персоналом" (квалификация "Бакалавр") / Иван. гос. ун-т ; сост. О. А. Хасбулатова, О. О. Коробова. — Иваново : ИвГУ, 2018. — 15 с. Электронная библиотека ИвГУ- URL: http://lib.ivanovo.ac.ru:81/elib/dl/sociology/metod/hasbulatova_2018.htm/view

2. Михалкина Е. В. , Алешин В. А. , Зотова А. И. , Костенко Е. П. , Скачкова Л. С. Управление человеческими ресурсами организации : теория, процессы, технологии [Электронный ресурс] : монография / Ростов н/Дону: Издательство Южного федерального университета, 2011. — 426 с. — Электронная библиотека ИвГУ- http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=241178&sr=1

3. 1. Управление персоналом организации: учебное пособие / А. Б. Берендеева, О. О. Коробова ; Иван. гос. ун-т.— Иваново : ИвГУ, 2015. — 311 с. Электронная библиотека ИвГУ (Студенческий читальный зал (1 корпус), Кабинет социологии и управления персоналом (7 корпус)). URL: http://lib.ivanovo.ac.ru:81/elib/dl/sociology/ucheb/berendeeva_2015.htm/view

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru>



Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru;
<http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/ebs-universitetskaya-biblioteka>

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/elibnew>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;
- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации:

- демонстрационное оборудование (макеты, демонстрационные устройства);
- электронные пособия (презентации, электронные словари),
- аудио-визуальные пособия (аудиозаписи, видеоматериалы).

Авторы рабочей программы дисциплины:

Доцент, кандидат экономических наук Рычихина Н.С.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры социологии и управления персоналом «31» августа 2023 г., протокол № 1

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ О.О. Коробова



(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ О.О. Коробова

(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ О.О. Коробова

(подпись)