

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

Институт экономики и менеджмента



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института ИЭиМ

Захаров П.Н. Захаров П.Н.

« *30* » *июня* 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА**

направление подготовки / специальность

38.03.03. «Управление персоналом»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

Управление персоналом организации

(направленность (профиль) подготовки))

г. Владимир

2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг персонала» является формирование у студента базовых знания в области теории и практики маркетинга персонала, как современной концепции управления фирмой; формирование маркетингового мышления, необходимого для успешной работы в современном бизнесе; умение использовать современные методы маркетинга для решения задач управления предприятием

Задачи:

- изучение основных категорий, концепций, логики, и методов маркетинговой деятельности и понимание их роли для эффективного маркетинга персонала;
- формирование четких и осознанных представлений о теории маркетинговой деятельности, как самостоятельного научного и практического направления в менеджменте;
- создание четкого представления о подходах, которые применяются при формировании кадровой политики организации;
- приобретение теоретических и практических навыков использования различных маркетинговых методов для решения кадровых задач;
- изучение методических основ маркетинга персонала;
- формирование профессиональных навыков в области маркетинга персонала.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Маркетинг персонала» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК 1 Способен собирать, структурировать и анализировать информацию о рынке труда	ПК-1.1. Знает инструменты маркетинга персонала для обеспечения конкурентоспособности организации на рынке рабочей силы.	Знает: - направления и основные этапы маркетинговой деятельности в области персонала; Умеет: - осуществлять поиск и использование нормативных и правовых документов	Тестовые вопросы Практико-ориентированное задание
	ПК-1.2. Умеет собирать, структурировать, анализировать информацию об особенностях рынка труда, включая предложения от провайдеров услуг по поиску, привлечению, подбору и отбору персонала, и интегрировать деятельность организации на рынке рабочей силы в систему бизнес-процессов компании	Знает: - основные методы поиска и отбора персонала Умеет: - осуществлять анализ и использование полученных сведений от кандидатов Владеет: - навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности, в т.ч. в поисково-справочных системах	Тестовые вопросы Практико-ориентированное задание

	<p>ПК-1.3. Владеет навыками использования поисковых систем и информационных ресурсов для мониторинга социально-трудовой сферы, трудового законодательства Российской Федерации.</p>	<p>Знает: - виды стратегий маркетинга персонала Умеет: - координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ Владеет: - навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов</p>	<p>Тестовые вопросы Практико-ориентированное задание</p>
<p>ПК-2. Способен осуществлять привлечение, поиск и отбор кандидатов на вакантные должности в организацию.</p>	<p>ПК-2.1. Знает методы отбора кандидатов на вакантные должности в организацию</p>	<p>Знает: - базовые правила документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организации при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений Умеет: - документально оформлять решения в управлении операционной (производственной) деятельности организации, организационных изменений Владеет: - навыками документального оформления решений в управлении, организационных изменений</p>	<p>Тестовые вопросы Практико-ориентированное задание</p>
	<p>ПК-2.2. Умеет привлекать кандидатов через публикацию информации о вакансии в средствах массовой информации (в том числе с использованием цифровых технологий).</p>	<p>Знает: - методики контроля и реализации бизнес-планов Умеет: - поэтапно контролировать реализацию бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов Владеет: - навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов</p>	<p>Тестовые вопросы Практико-ориентированное задание</p>
	<p>ПК-2.3. Владеет навыками сбора, структурирования и</p>	<p>Знает: - базовые условия</p>	<p>Тестовые вопросы Практико-</p>

	анализа информации о работодателях (в том числе с использованием цифровых технологий).	заключаемых соглашений, договоров и контрактов Умеет: - документально оформлять решения стратегических и оперативных управленческих задач организации	ориентированное задание
--	--	--	-------------------------

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа

Тематический план форма обучения очно-заочная (ускоренное обучение)

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Понятие маркетинга персонала и Развитие технологии маркетинга персонала	4		1	1			12	
2	Виды и функции маркетинга персонала	4		1			1	14	
3	Комплекс маркетинга персонала	4		1	1			14	Рейтинг-контроль №1
4	Основные направления маркетинга персонала	4		1			1	14	
5	Реализация маркетинга персонала.	4		1	1		1	14	
6	Место маркетинга персонала в кадровой политике.	4		2	1			14	Рейтинг-контроль №2
7	Управление обеспечением организации персоналом	4		1			1	14	
8	Определение эффективности мероприятий маркетинга персонала	4		1	1			14	
9	Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала	4		1			1	14	Рейтинг-контроль №3
Всего за <u> 4 </u> семестр:		4		10	5		5	124	Зачет с оценкой
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине		4		10	5		5	124	Зачет с оценкой

**Тематический план
форма обучения – очно-заочная**

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Понятие маркетинга персонала и Развитие технологии маркетинга персонала	6		2	1		1	12	
2	Виды и функции маркетинга персонала	6		2	1		1	12	
3	Комплекс маркетинга персонала	6		2	1		1	12	Рейтинг-контроль №1
4	Основные направления маркетинга персонала	6		2	1		1	12	
5	Реализация маркетинга персонала.	6		2	1		1	12	
6	Место маркетинга персонала в кадровой политике.	6		2	1		1	12	Рейтинг-контроль №2
7	Управление обеспечением организации персоналом	6		2	1		1	12	
8	Определение эффективности мероприятий маркетинга персонала	6		2	1		1	12	
9	Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала	6		2	1		1	12	Рейтинг-контроль №3
Всего за __6__ семестр:		6		18	9		9	108	Зачет с оценкой
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине		6		18	9		9	108	Зачет с оценкой

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Понятие маркетинга персонала и Развитие технологии маркетинга персонала

Предпосылки возникновения маркетинга персонала. Система ценностей по отношению к труду. Этапы развития маркетинга персонала. Модели маркетинга персонала, разработанные Л. Берри, К. Грэнруса, П. Ахмеда и М. Рафика, И.Н. Лингса, М. Бруна, Ж.-П. Флипо. Современная интерпретация маркетинга персонала. Преимущества и недостатки использования технологии маркетинга персонала на предприятии.

Тема 2. Виды и функции маркетинга персонала

Внутренний маркетинг персонала. Внешний маркетинг персонала и его подвиды (ремаркетинг, поддерживающий, демаркетинг, противодействующий, конверсионный, стимулирующий, развивающий, синхромаркетинг). Международный маркетинг персонала. Риплейсмент..

Тема 3. Комплекс маркетинга персонала

Информационная функция маркетинга персонала: исследование внешней и внутренней среды организации. Аналитическая функция – методы анализа маркетинговой информации. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в области персонала. Коммуникационная функция. Мероприятия по формированию внутренних связей организации. Методы работы с общественностью. Интеллектуальная функция маркетинга персонала.

Тема 4. Основные направления маркетинга персонала

Разработка профессиональных требований к персоналу. Требования к персоналу и запросы к работодателю. Определение качественной и количественной потребности в персонале. Расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала. Выбор источников (внешние/внутренние) и путей покрытия (пассивные/активные) потребности в персонале

Тема 5. Реализация маркетинга персонала

Стратегии покрытия потребности в персонале. Сегментация рынка труда: факторы, определение целевых групп персонала. Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю

Тема 6. Место маркетинга персонала в кадровой политике.

Анализ основных конкурентов. Анализ партнеров предприятия. Анализ внутренних ресурсов и способностей предприятия-работодателя. Позиционирование рабочего места. Формирование и реализация целевого плана мероприятий..

Тема 7. Управление обеспечением организации персоналом

Профессиональный отбор (критерии). Формирование принципов отбора и найма для замещения вакантной должности. Выявление поля интересов предприятия на рынке рабочей силы. Вербовка. Процедура отбора.

Тема 8. Определение эффективности мероприятий маркетинга персонала

Эффективность службы персонала по поиску новых сотрудников. Маркетинговые концепции управления персоналом. Зарубежный опыт использования маркетинга персонала

Тема 9. Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала

Кадровая политика: понятие и виды. Экономические интересы кадровой политики организации. Основные направления кадровой политики организации. Взаимосвязь маркетинга персонала с кадровой политикой организации.

Содержание практических занятий по дисциплине

Тема 1. Понятие маркетинга персонала и Развитие технологии маркетинга персонала

Что такое «Должностная инструкция» и зачем она нужна?

Составьте должностные инструкции на две должности (на основании вопроса 1).

Тема 2. Виды и функции маркетинга персонала.

Определите производственные и служебные нормативы для своих работников.

Тема 3. Комплекс маркетинга персонала.

Определите круг должностных полномочий

Тема 4. Основные направления маркетинга персонала.

Рассмотрите альтернативный подход к набору своих сотрудников.

Разработайте анкету для отбора будущих сотрудников (на две должности).

Тема 5. Реализация маркетинга персонала.

Разработайте план подготовки к собеседованию

Тема 6. Место маркетинга персонала в кадровой политике.

Разработайте план проведения отборочных тестов.

Проанализируйте результаты собеседования (собеседования проводятся со студентами из других групп).

Тема 7. Управление обеспечением организации персоналом

Разработайте бланк извещения кандидатов на должность о результатах собеседования Составьте план действий, связанных с введением в должность новых сотрудников

Тема 8 Определение эффективности мероприятий маркетинга персонала

Определите круг общих вопросов, связанных с введением в должность нового сотрудника и частных вопросов.

Тема 9. Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала.

Разработайте план контроля и оценки работы нового сотрудника.

Разработайте план оценки результатов работы сотрудников и его этапы проведения

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

Вопросы для подготовки к опросу по дисциплине «Маркетинг персонала»

Тема 1. Понятие маркетинга персонала и Развитие технологии маркетинга персонала

Сущность и функции маркетинга персонала.

Базовые элементы активного и пассивного маркетинга персонала

Тема 2. Виды и функции маркетинга персонала.

Информационная функция маркетинга персонала и ее составляющие.

Коммуникационная функция маркетинга персонала и ее элементы.

Тема 3. Комплекс маркетинга персонала.

Этапы маркетинговой деятельности в рамках информационной функции.

Внешние и внутренние факторы, оказывающие, влияние на маркетинговую деятельность.

Тема 4. Основные направления маркетинга персонала.

Имидж компании как работодателя, и методы его исследования.

Запросы имиджевого плана потенциальных соискателей по отношению к работодателю.

Тема5. Реализация маркетинга персонала.

Обучение персонала и его формы.

Обеспеченность предприятия персоналом и ее показатели.

Тема 6. Место маркетинга персонала в кадровой политике.

управленческая информация в маркетинге и ее источники.

Тема 7. Управление обеспечением организации персоналом

Движение персонала и способы его учета.

Сущность анализа эффективности использования персонала.

Тема 8. Определение эффективности мероприятий маркетинга персонала

Методы определения потребности в персонале и источники их покрытия.

Анализ затрат на персонал.

Тема 9. Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала.

Лояльность персонала и ее виды.

Методы повышения лояльности персонала.

Примеры тестовых заданий по дисциплине «Маркетинг персонала», используемых при текущем контроле Рейтинг-контроль № 1

1. Трудовой потенциал – это

а - это часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, которые необходимы для работы в экономике;

б - это совокупность духовных и физических способностей человека, которые он использует всякий раз когда создает потребительные стоимости;

в - способность персонала организации при наличии у него определенных качественных характеристик и соответствующих социально-экономических, организационных условий достигать определенный конечный результат.

2. *Доверительные обращения руководителя к сотруднику есть проявления внутриорганизационной карьеры:*

а - горизонтального типа;

б - вертикального типа;

в - центростремительного типа

3. *Стандартизированная форма изложения содержания работы на конкретном рабочем месте в определенное время является:*

а - должностной инструкцией;

б - оценочным листом сотрудника;

в - листом интервьюера;

г - анкетой работника.

4. *Маркетинг персонала - это:*

а - вид управленческой деятельности, направленный на определение и покрытие потребности в персонал;

б - такая поведенческая культура, в которой имиджевые регуляторы осмысливаются персоналом как общественная необходимость;

в - анализ ситуации на рынке труда для регулирования потребности в специалистах дефицитных специальностей;

г - анализ ожиданий нынешних и потенциальных сотрудников (например, при найме на работу), а также определение выполнимости и реальной степени исполнения этих ожиданий;

Рейтинг-контроль № 2

1. *Как добиться уменьшения предложение работников в организации (привести численность в соответствие с ее реальными потребностями), не прибегая к увольнениям:*

а - перевод части сотрудников на сокращенный рабочий день или рабочую неделю;

б - прекращение приема на работу;

в - заключение краткосрочных контрактов;

г - переобучение персонала;

д - использование гибких режимов работы;

е - использовать лизинг рабочей силы.

2. *Как добиться увеличения предложения работников в организации (привести численность в соответствие с ее реальными потребностями), не прибегая к дополнительному найму со стороны (при необходимости укажите несколько вариантов):*

а - использовать переработки рабочего времени;

б - использовать лизинг рабочей силы;

в - использовать гибкое рабочее время;

г - использовать контракты на конкретную работу.

3. *Повышение способности организации изменять численность работников в соответствии с изменениями объемов оказываемых услуг/производимых товаров путем использования добавочных или альтернативных источников рабочей силы представляет:*

а - численную адаптацию рабочей силы;

б - функциональную адаптацию рабочей силы;

в - дистанционную адаптацию рабочей силы;

г - финансовая адаптация рабочей силы;

д - лизинг рабочей силы.

Рейтинг-контроль № 3

1. *Адаптация - это:*

а - приспособление работника к новым профессиональным, социальным и организационноэкономическим условиям труда;

б - взаимное приспособление работника и организации путем постепенной вработываемости сотрудника в новых условиях;

в - приспособление организации к изменяющимся внешним условиям.

2. *Исследования показывают, что больше, чем половина рассмотренных организаций заполняют большинство вакантных мест первичного рынка труда за счет внешних источников привлечения персонала:*

а - да;

б - нет.

3. *Как обеспечить эффективную интеграцию нового сотрудника в организацию (указать при необходимости несколько вариантов):*

а - достоверная и полная предварительная информация об организации и подразделении, где предстоит работнику трудиться;

б - использование испытательного срока для новичка;

в - регулярные собеседования новичка с руководителем его подразделения и представителем кадровой службы; г - введение в должность.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

Вопросы для подготовки к зачету с оценкой по дисциплине «Маркетинг персонала»

1. Концепции управление человеческими ресурсами.
2. Современные подходы к управлению человеческими ресурсами.
3. Национальные модели управления человеческими ресурсами.
4. Факторы, оказывающие влияние на управление человеческими ресурсами.
5. Структура персонала.
6. Трудовой потенциал работника.
7. Методы измерения трудового потенциала.
8. Модель компетенций.
9. Содержание СУЧР.
10. Локальные документы организации.
11. Принципы формирования системы управления человеческими ресурсами.
12. Служба управление человеческими ресурсами.
13. Принципы управление человеческими ресурсами.
14. Методы управление человеческими ресурсами.
15. Кадровая политика и кадровая стратегия.
16. Организационная культура.
17. Маркетинг персонала.
18. Кадровое планирование.
19. Комплексный подход к отбору персонала
20. Методы подбора и отбора персонала.
21. Формы и методы стимулирования.
22. Материальная чувствительность к стимулированию.
23. Мотивационный аудит

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Задание по теме 1

Оцените эффективность процесса поиска и подбора кадров.
 Определите этапы работы с персоналом после приема.

Задание по теме 2

Ситуационное задание

Задание по теме 3

Ситуационное задание

Задание по теме 4

Разработайте программу обучения персонала

Задание по теме 5

Разработайте программу развития персонала

Задание по теме 6

Охарактеризуйте виды карьеры

Задание по теме 7

Опишите процесс планирования и развития карьеры.

Задание по теме 8

Составьте план аттестация персонала.

Задание по теме 9

Опишите теоретические основы мотивации

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
Основная литература*			
1. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М.,	2020		https://znanium.com/catalog/product/1069190
2. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга / Морозов Ю.В., - 8-е изд. - Москва : Дашков и К,	2018		https://znanium.com/catalog/product/415044
Дополнительная литература			
1. Архангельская, И. Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учеб. пособие / И.Б. Архангельская, Л.Г. Мезина, А.С. Архангельская. — М. : РИОР : ИНФРА-М.,	2018		https://znanium.com/catalog/product/938058
2. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»,	2020		https://znanium.com/catalog/product/1091183
3. Басовский Л.Е. Маркетинг: Учебное пособие / Басовский Л.Е., Басовская Е.Н., – 3-е изд., перераб. и доп. – М.:НИЦ ИНФРА-М	2018		http://znanium.com/catalog/product/939196
4. Кови, С. 7 навыков высокоэффективных профессионалов сетевого маркетинга: Научно-популярное / Кови С. - М.: Альпина Паблишер,	2017		https://znanium.com/catalog/product/1001985

6.2. Периодические издания

1. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования».

2. Журнал «Маркетинговые исследования в России и за рубежом».
3. Журнал «Практический маркетинг».
4. Журнал «Кадры предприятия».
5. Журнал «Новости маркетинга».
6. Журнал «HR-JOURNAL».

6.3. Интернет-ресурсы

1. Консультационно-правовая система «КонсультантПлюс»
 2. <http://www.quicksite.name> – ведение бизнеса посредством интернет-маркетинга.
 3. <http://www.marketing.spb.ru/> – энциклопедия маркетинга.
 4. <http://4p.ru/> – On-line журнал по маркетингу 4p.ru.
 5. <http://www.marketologi.ru/> – сайт гильдии маркетологов.
 6. <http://www.ram.ru/> – сайт Российской ассоциации маркетинга.
- <http://www.bci-marketing.aha.ru/> – сайт журнала «Практический маркетинг»

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины указывается необходимое для обучения лицензионное программное обеспечение, оборудование, демонстрационные приборы, мультимедийные средства, учебные фильмы, тренажеры, карты, плакаты, наглядные пособия; требования к аудиториям – компьютерные классы, специально оборудованные аудитории и лаборатории и т.д

Рабочую программу составил к.э.н. Ловкова Е.С.

(ФИО, должность, подпись)

Рецензент

(представитель работодателя)

Матвеев Сергей Иванович
(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

Протокол № 18 от 30.06.2021 года

Заведующий кафедрой МНиМР д.э.н. Ползунова Н.Н.

(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

на заседании учебно-методической комиссии направления 38.03.03 «Управление персоналом»

Протокол № 10 от 01.07.21 года

Председатель комиссии зав. кафедры МНиМР д.э.н. Ползунова Н.Н.

(ФИО, должность, подпись)

ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа одобрена на 20 ____ / 20 ____ учебный года

Протокол заседания кафедры № ____ от ____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20 ____ / 20 ____ учебный года

Протокол заседания кафедры № ____ от ____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20 ____ / 20 ____ учебный года

Протокол заседания кафедры № ____ от ____ года

Заведующий кафедрой _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины

«Профессиональная этика и служебный этикет»

образовательной программы направления подготовки 38.03.03 «Управление персоналом»,
направленность: «Управление персоналом организации» - бакалавриат

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Заведующий кафедрой _____ / _____

Подпись

ФИО