

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)

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор  
по образовательной деятельности  
А.А.Панфилов  
« 26 » 08 2019г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ФИРМЫ**  
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.04.01 «Экономика»

Профиль/программа подготовки «Экономика фирмы»

Уровень высшего образования магистратура

Форма обучения заочная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
3	3/108	6	6		69	Экзамен, 27
Итого	3/108	6	6		69	Экзамен, 27

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основной целью изучения дисциплины «Управление конкурентоспособностью фирмы» является ознакомление студентов с особенностями рыночной деятельности фирм, факторами и условиями функционирования предприятий в конкурентной среде, подготовка их к дальнейшей самостоятельной трудовой (руководящей) практической деятельности и выполнению выпускной квалификационной работы.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Управление конкурентоспособностью фирмы» относится к вариативной части.

Пререквизиты дисциплины: «Экономика фирмы», "Микроэкономика".

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Управление конкурентоспособностью фирмы», соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-12 – способность разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности	<i>Частичное освоение компетенции</i>	Знать: методы оценки критериев социально-экономической эффективности; Уметь: разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности; Владеть: способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности.

### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часа.

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Особенности формирования стратегии конкурентоспособности фирмы. Понятие конкурентоспособности продукции. Маркетинговая деятельность в системе обеспечения конкурентоспособности	3	20	2	2		20	4/100%	Рейтинг-контроль №1
2	Основные инструменты рыночной деятельности. Товарная политика. Коммуникации как средство достижения конкурентоспособности	3	21	2	2		20	4/100%	Рейтинг-контроль №2

3	Управление имиджем фирмы. Подходы к оценке конкурентоспособности продукции и фирмы	3	22	2	2	29	4/100%	Рейтинг-контроль №3
Всего за 3 семестр:				6	6	69	12/100%	экзамен
Наличие в дисциплине КП/КР					-			-
Итого по дисциплине				6	6	69	12/100%	экзамен

### Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Особенности формирования стратегии конкурентоспособности фирмы. Понятие конкурентоспособности продукции. Маркетинговая деятельность в системе обеспечения конкурентоспособности: понятие стратегии, понятие конкурентоспособности фирмы, конкурентоспособность продукции, система обеспечения конкурентоспособности фирмы.

Тема 2. Основные инструменты рыночной деятельности. Товарная политика. Коммуникации как средство достижения конкурентоспособности: инструменты рыночной деятельности, понятие товарной политики, особенности коммуникационного процесса.

Тема 3. Управление имиджем фирмы. Подходы к оценке конкурентоспособности продукции и фирмы: понятие имиджа фирмы, оценка гудвилла фирмы, методические подходы к оценке конкурентоспособности фирмы, методические подходы к оценке конкурентоспособности продукции.

### Содержание практических занятий по дисциплине

Тема 1. Особенности формирования стратегии конкурентоспособности фирмы. Понятие конкурентоспособности продукции. Маркетинговая деятельность в системе обеспечения конкурентоспособности:

- понятие стратегии,
- понятие конкурентоспособности фирмы,
- конкурентоспособность продукции,
- система обеспечения конкурентоспособности фирмы.

Тема 2. Основные инструменты рыночной деятельности. Товарная политика. Коммуникации как средство достижения конкурентоспособности:

- инструменты рыночной деятельности,
- понятие товарной политики,
- особенности коммуникационного процесса.

Тема 3. Управление имиджем фирмы. Подходы к оценке конкурентоспособности продукции и фирмы:

- понятие имиджа фирмы,
- оценка гудвилла фирмы,
- методические подходы к оценке конкурентоспособности фирмы,
- методические подходы к оценке конкурентоспособности продукции.

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Управление конкурентоспособностью фирмы» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Интерактивная лекция (тема 1,2,3);
- Работа в малых группах (тема 1,2,3);
- Групповая дискуссия (тема 1,2,3).

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

Текущий контроль успеваемости

## Рейтинг-контроль №1

**Объектом конкуренции являются:**

- a) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
- b) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;
- c) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
- d) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.

**2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:**

- a) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
- b) издержки производства и сбыта;
- c) полезный эффект и цена потребления;
- d) потребительская новизна товара.

**3. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:**

- a) регрессивная вертикальная интеграция;
- b) прогрессивная вертикальная интеграция;
- c) горизонтальная интеграция;
- d) дополняющая диверсификация.

**4. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?**

- a) М. Портер;
- b) А. Литл;
- c) Ф. Котлер;
- d) И. Ансофф.

**5. Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или пациента). Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:**

- a) увеличивают размеры своей фирмы;
- b) стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;
- c) уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия;
- d) ни один ответ не является верным.

**6. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к:**

- a) производственным факторам конкурентоспособности;
- b) рыночным факторам конкурентоспособности;
- c) сбытовым факторам конкурентоспособности;
- d) сервисным факторам конкурентоспособности.

**7. Кто использует стратегию компиляции или стратегию адаптации?**

- a) рыночные лидеры;
- b) челенджеры;
- c) нишеры;
- d) последователи

## Рейтинг-контроль №2

**8. Удельный вес фирм-челенджеров (по Ф. Котлеру) в общей емкости определенного рынка составляет:**

- a) 40%;
- b) 25%;
- c) 20%;

d) 30%.

**9. К наследственным конкурентным преимуществам персонала относится:**

- a) темперамент;
- b) умение формулировать личные цели и цели коллектива;
- c) умение управлять своими эмоциями;
- d) общительность коммуникабельность.

**10. Фирма – это:**

- a) управление всеми факторами, обеспечивающими достижение законным путём экономических и социальных преимуществ или выгод;
- b) организация, концентрирующая и использующая ресурсы для производства товаров или услуг с целью получения прибыли;
- c) предприятие, способное получать необходимый результат, позволяющий осваивать за определённые сроки закономерное количество изделий без коренного изменения основных производственных фондов;
- d) главное действующее лицо конкурентных отношений на рынке.

**11. Фундаментальная рыночная ниша – это:**

- a) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги;
- b) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями;
- c) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой;
- d) ни один ответ не является верным.

**12. Конкурирующие фирмы – это:**

- a) фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу;
- b) борьба между фирмами на одном рыночном сегменте;
- c) взаимодействие фирм на рынке за получение наивысшей прибыли.
- d) фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли.

**13. Конкурентоспособность товара - это:**

- a) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;
- b) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;
- c) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.

**14. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:**

- a) запас конкурентоспособности товара;
- b) потребительская ценность товара;
- c) цена продажи товара;
- d) себестоимость товара.

**15. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:**

- a) ценовая конкуренция;
- b) неценовая конкуренция;
- c) недобросовестная конкуренция;
- d) прямая конкуренция.

**16. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:**

- a) виолентная стратегия;
- b) коммутантная стратегия;
- c) пациентная стратегия;
- d) экплерентная стратегия.

### Рейтинг-контроль №3

**17. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:**

- a) виолентная стратегия;
- b) коммутантная стратегия;
- c) пациентная стратегия;
- d) эксплерентная стратегия.

**18. Фирмы-виоленты, отличающиеся особо крупными размерами; средним по темпу, но очень устойчивым ростом; широкой диверсифицированностью и наличием сети зарубежных филиалов – это:**

- a) «гордые львы»;
- b) «могучие слоны»;
- c) «неповоротливые бегемоты»;
- d) «хитрые лисы».

**19. Тест. Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:**

- a) небольшое число крупных фирм;
- b) одна крупная фирма;
- c) небольшое число средних фирм;
- d) большое число крупных фирм.

**20. Факторы, характеризующие виолентную стратегию конкурентной борьбы:**

- a) гибкость;
- b) экономия на снижении постоянных издержек;
- c) ставка на радикальные нововведения;
- d) дифференциация продукта.

**21. Дифференциация продукта – это:**

- a) универсальный приём ценовой конкуренции;
- b) процесс создания разновидностей продукта, отличающихся по качественным и сервисным характеристикам, по рекламно-маркетинговому обеспечению, и ориентированных на разные слои потребителей;
- c) процесс проникновения фирмы в смежные отрасли (подотрасли) производства;
- d) закономерность, состоящая в том, что две или более фирмы никогда не занимают полностью совпадающую рыночную нишу.

**22. Рисковые вложения в деятельность фирм-пионеров (эксплерентов) ради получения сверхвысокой прибыли называют:**

- a) резервным капиталом;
- b) оборотным капиталом;
- c) венчурным капиталом;
- d) внеоборотным капиталом.

**23. Если темпы роста ниши и нишера уменьшаются, то применяется:**

- a) стратегия поддержки позиций;
- b) стратегия интеграции;
- c) стратегия лидерства в нише;
- d) стратегия выхода за пределы ниши.

**24. Какие варианты поведения не соответствует фирмам-коммутантам:**

- a) деятельность в сферах традиционно обслуживаемых только мелким бизнесом;
- b) выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов;
- c) выпуск товаров или услуг, копирующих чужие изделия;
- d) выпуск товаров массового спроса?

**25. Естественная монополия – это:**

- a) состояние рынка, при котором на нём господствует небольшое число крупных фирм;
- b) состояние рынка, при котором на нём господствует одна фирма, производящая товары или услуги более эффективно, чем это делали бы несколько компаний-конкурентов;
- c) состояние рынка, на котором имеется лишь несколько покупателей;

d) состояние рынка, на котором многие фирмы продают дифференцированный продукт.

**26. Фирмы, ведущие производственную деятельность в нескольких странах, называют:**

- a) финансово-промышленными группами;
- b) картелями;
- c) транснациональными корпорациями;
- d) компания.

**27. Какой тип фирмы играет решающую роль на первом этапе научно-технического прогресса (изобретение и внедрение новшества):**

- a) виоленты;
- b) пациенты;
- c) эксплеренты;
- d) коммутанты.

**28. Совокупность свойств и характеристик продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности, называют:**

- a) качеством продукции;
- b) уровнем качества продукции;
- c) показателем функциональной пригодности;
- d) показателем совместимости.

### **Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины (экзамен)**

#### **Вопросы к экзамену**

1. Понятие конкурентоспособности, эволюция концепций
2. Средства обеспечения конкурентоспособности фирмы
3. Цели и инструменты маркетинговой деятельности
4. Рыночная макросреда фирмы
5. Рыночная микросреда фирмы
6. Потребительские рынки, основные особенности покупательского поведения на них
7. Классификация товаров производственного назначения и особенности спроса на них
8. Классификация участников закупочной комиссии на рынке товаров производственного назначения
9. Сегментирование рынка фирмы в зависимости от степени дифференциации покупателей
10. Признаки сегментирования
11. Критерии степени привлекательности сегментов
12. Классификация товаров в зависимости от степени долговечности
13. Классификация товаров в зависимости от типа потребителя
14. Критерии, определяющие товарный ассортимент и номенклатуру
15. Особенности и функции упаковки
16. Функции и типы товарного знака (марки)
17. Составляющие идеи товара с подкреплением
18. Формирование и классификация стратегий товарной политики
19. Фаза НИОКР в жизненном цикле товара
20. Концепция жизненного цикла товара, особенности фаз выведения и роста
21. Закономерности фаз зрелости и спада в жизненном цикле товара
22. Условия реализации ценовой политики на рынках свободной и монополистической конкуренции
23. Условия реализации ценовой политики фирмы в условиях олигополии и монополии
24. Особенности ценовой и неценовой конкуренции
25. Понятие и значение ценовой эластичности спроса для достижения конкурентоспособности фирмы

### Самостоятельная работа студентов

Тема 1. Особенности формирования стратегии конкурентоспособности фирмы. Понятие конкурентоспособности продукции. Маркетинговая деятельность в системе обеспечения конкурентоспособности:

1. Изучение рекомендованной литературы к практическому занятию.
2. Подготовка доклада/презентации к практическому занятию

Тема 2. Основные инструменты рыночной деятельности. Товарная политика. Коммуникации как средство достижения конкурентоспособности:

1. Изучение рекомендованной литературы к практическому занятию.
2. Подготовка доклада/презентации к практическому занятию

Тема 3. Управление имиджем фирмы. Подходы к оценке конкурентоспособности продукции и фирмы:

1. Изучение рекомендованной литературы к практическому занятию.
2. Подготовка доклада/презентации к практическому занятию

### Специальные условия проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

В соответствии с Положением «О порядке организации и осуществления образовательной деятельности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным Приказом ВлГУ, для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены специальные условия проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

При освоении дисциплины используются различные сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности обучающихся для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций. Форма проведения промежуточной и итоговой аттестации для обучающихся-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей. По личной просьбе обучающегося с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривается:

- замена устного ответа на письменный ответ при сдаче зачета;
- увеличение продолжительности времени на подготовку к ответу на зачете;
- при подведении результатов промежуточной аттестации студентов выставляется максимальное количество баллов за посещаемость аудиторных занятий.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. 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
1	2	3	4
Основная литература*			
Криворотое, В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по	2017		<a href="http://znanium.com/catalog/product/1028852">http://znanium.com/catalog/product/1028852</a>



направлениям подготовки «Экономика» / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 351 с. - (Серия «Magister»). - ISBN 978-5-238-02697-8.			
Управление конкурентоспособностью : учеб. пособие / В.А. Быков, Е.И. Комаров. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 242 с.	2017		<a href="http://znanium.com/catalog/product/635081">http://znanium.com/catalog/product/635081</a>
Управление конкурентоспособностью организаций и территорий : учеб. пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 347 с.	2017		<a href="http://znanium.com/catalog/product/891858">http://znanium.com/catalog/product/891858</a>
<b>Дополнительная литература</b>			
Управление процессом развития конкуренции и монополизации в условиях повышения конкурентоспособности России : монография / К.Н. Пармененков. — М. : ИНФРА-М, 2018. - 80 с.	2018		<a href="http://znanium.com/catalog/product/953151">http://znanium.com/catalog/product/953151</a>
Современная торговля: вопросы конкурентоспособности и социальной политики : монография / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов [и др.] ; под общ. ред. д.э.н., проф. С.Л. Орлова. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2019. — 192 с.	2019		<a href="http://znanium.com/catalog/product/101077">http://znanium.com/catalog/product/101077</a> 4
Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.	2017		<a href="http://znanium.com/catalog/product/102853">http://znanium.com/catalog/product/102853</a> 1
Современная торговля: вопросы конкурентоспособности и социальной политики : монография / под общ. ред. д.э.н., проф. С.Л. Орлова. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. — 192 с.	2017		<a href="http://znanium.com/catalog/product/672967">http://znanium.com/catalog/product/672967</a>

Периодические издания:

1. Журнал "Финансовая аналитика" (Режим доступа <https://www.fin-izdat.ru/journal/fa/>)
2. Журнал "Финансовый директор" (Режим доступа <https://e.fd.ru/>)
3. Журнал "Управление компанией" (Режим доступа <https://www.zhuk.net/>)
4. Журнал «Региональная экономика: теория и практика» (Режим доступа <https://www.fin-izdat.ru/journal/region/>)
5. Журнал «Экономический анализ: теория и практика» (Режим доступа <https://www.fin-izdat.ru/journal/analiz/>)

в) интернет-ресурсы:

1. [marketing.rbc.ru/](http://marketing.rbc.ru/) - Портал, посвященный маркетинговым исследованиям в рамках бизнес планирования
2. <http://www.crpvl.ru> Портал по бизнес планированию

3. <http://www.cfin.ru> Портал по бизнес планированию

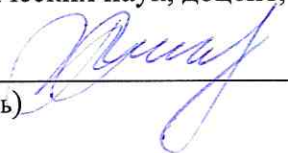
## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного и практического типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Практические работы проводятся в ауд 101-6, 102-6, 104-6, 107-6.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: Windows, Microsoft Office.

Рабочую программу составил кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика инноваций и финансов»  
Гундорова Марина Александровна \_\_\_\_\_

(подпись)



Рецензент

(представитель работодателя)

Генеральный директор ООО «ВЛТФ» Мешков В.А. \_\_\_\_\_

(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Экономика инноваций и финансов»

Протокол № 1 от 26.08.19 года

Заведующий кафедрой д.э.н, профессор Дони́чев Олег Александрович

(подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 38.04.01 «Экономика» \_\_\_\_\_

Протокол № 1 от 26.08.19 года

Председатель комиссии д.э.н, профессор Захаров Павел Николаевич \_\_\_\_\_

(подпись)



**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 2020/2021 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 02.09.20 года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  


Рабочая программа одобрена на 2021/2022 учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на 2022/2023 учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_