

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Евгеньевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 29.03.2024 15:24:12  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
Институт сервиса и отраслевого управления  
Кафедра маркетинга и муниципального управления

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой МиМУ  
\_\_\_\_\_ Белоножка М.Л.  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: **Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг**

направление подготовки: **43.04.03 Гостиничное дело**

направленность: **Маркетинг в индустрии гостеприимстве**

форма обучения: **очная**

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Маркетинга и  
муниципального управления

Протокол № 10а от 5 мая 2023 г.

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** формирование основ знаний о значении социальных сетей, платформ, блогов, а также определение их взаимосвязи с рекламными и маркетинговыми процессами компаний с одновременным изучением путей практического использования полученных знаний для продвижения идей, и гостиничных услуг в социально-медийном Интернет-пространстве.

**Задачи дисциплины:**

1. формирование у магистрантов теоретической базы по использованию возможностей социальных сетей;
2. знание международных нормативных правовых актов и законодательства Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг и работе в социальных сетях;
3. развитие маркетингового мышления, связанного с профессиональной деятельностью;
4. приобретение навыков, необходимых для дальнейшего самообразования с использованием информационно-коммуникационных технологий в области продвижения гостиничных услуг.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

**Знание:**

- основ цифровых технологий в гостиничной отрасли;
- понятийно-терминологического аппарата, характеризующего современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе и SMM;
- особенностей интегрированного подхода к коммуникации и медиапланированию.

**Умения:**

- планировать и разрабатывать рекламную и коммуникационную кампанию;
- применять техники количественной оценки, анализа и презентации информации о гостиничном продукте;

**Владение:**

- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности в области маркетинга и медиапланирования;
- навыками проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- методами формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями

Содержание дисциплины «Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг» является логическим продолжением содержания дисциплин: Информационно-коммуникационные технологии и служит основой для освоения дисциплины: Брендинг и ребрендинг.

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
<b>ПКС-4</b> Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства.	ПКС-4.1. Разрабатывает концепции и стратегии развития сети гостиниц	Знать (З.1.): основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети
		Уметь (У.1.): Выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению
		Владеть (В.1.): методами Выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению
		Знать (З.2.): основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли
		Уметь (У.2.): осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети
		Владеть (В.2.): навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	2 / 4	24	12	-	108	Зачет

#### 5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

**Очная форма обучения (ОФО)**

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Понятие социальных сетей и SMM-технологий. Роль SMM-технологий при продвижении компании в сети Интернет	4	2		18	24		Дискуссия. Задания для работы в подгруппах (приложение 1)
2	2	Особенности и специфика коммуникации в	4	2		18	24		Устный опрос, Дискуссия

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		социальных сетях							(приложение 2)
3	3	Основы планирования коммуникаций в социальных сетях и блогосфере	4	2		18	24		Устный опрос, Практическое задание (приложение 3)
4	4	Основы реализации коммуникаций в социальных сетях и блогосфере	4	2		18	24		Доклады, Дискуссии (приложение 4) Презентация (приложение 7)
5	5	Методики контроля и анализа эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях	4	2		18	24		Устный опрос, дискуссия (приложение 5)
6	6	Улучшение узнаваемости гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях	4	2		18	24		Устный опрос, Защита проекта (приложение 6)
7	контроль								Перечень вопросов (приложение 8)
Итого:			24	12		108	144		

### **Заочная форма обучения (ЗФО)**

Не реализуется.

### **5.2. Содержание дисциплины.**

#### **5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).**

Раздел 1. «Понятие социальных сетей и SMM-технологий. Роль SMM-технологий при продвижении компании в сети Интернет».

Понятие социальных сетей как средств коммуникации. Особенности использования соц. сетей в процессе продвижения компании в сети Интернет. Отличия SMM-технологий от традиционной рекламы. Отличия SMM-технологий от рекламы в сети Интернет. Основные технологии, позволяющие реализовать кампании в социальных сетях.

Раздел 2. «Особенности и специфика коммуникации в социальных сетях».

Особенности социальной сети Вконтакте для коммуникации с целевыми аудиториями. Особенности социальной сети Facebook для коммуникации с целевыми аудиториями. Особенности социальной сети Одноклассники для коммуникации с целевыми аудиториями. Особенности социальной сети Instagram для коммуникации с целевыми аудиториями. Особенности социальной сети Мой мир для коммуникации с целевыми аудиториями. Особенности реализации SMM-технологий в блогосфере.

### Раздел 3. «Основы планирования коммуникаций в социальных сетях и блогосфере».

Постановка целей и задач коммуникационных кампаний в социальных сетях. Определение целевой аудитории, исследование интересов аудитории, определение поведения аудитории, проведение анализа клиентской ниши, разработка базы для аудитории, подбор площадки с высокой концентрацией целевой аудитории, разработка общей стратегии присутствия в социальных сетях, подбор инструментов, оптимально решающих задачи, разработка системы клиентской лояльности, определение влияния SMM, интегрирование SMM-активности в общую маркетинговую стратегию компании. Основы составления программ для реализации современных SMM-технологий в социальных сетях и блогосфере. Подбор каналов коммуникации и методов эффективного взаимодействия с целевой аудиторией. Подбор инструментов для взаимодействия с целевой аудиторией.

### Раздел 4. «Основы реализации коммуникаций в социальных сетях и блогосфере».

Методы позиционирования сообществ в социальных сетях. Принципы управления таргетированной рекламой в Vkontakte. Методы управления контекстной рекламой на Facebook. Прогноз бюджета контекстной рекламы и методы его оптимизации. Принципы проведения конкурсов в электронных сообществах потребителей. Стратегия использования мультимедийных сообщений в социальных сетях. Базовые принципы подачи видеоматериалов в социальных сетях. Использование SMM-технологий как инструмента коммуникации для преодоления кризисных ситуаций в компаниях.

Раздел 5. «Методики контроля и анализа эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях».

Использование программных комплексов для сбора аналитических данных о поведении Интернет-пользователей для отслеживания эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях. Принципы ручного мониторинга мнений в социальных сетях. Базовые принципы автоматического мониторинга пользовательских мнений в социальных сетях. Методы отслеживания Интернет-трафика в социальные группы и принципы определения его качества. Использование специализированных инструментов статистики в социальных сетях.

Раздел 6. «Улучшение узнаваемости гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях».

Методы улучшения имиджа гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях. Работа с лидерами мнений для улучшения узнаваемости бренда. Основные принципы брендирования сообществ в социальных сетях. Стратегия интегрирования официального сайта бренда с социальными сетями. Методы адаптации контента корпоративного сайта для создания корпоративных блогов. Принципы написания текстов для корпоративных блогов.

#### 5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

##### Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	-	-	Понятие социальных сетей и SMM-технологий. Роль SMM-технологий при продвижении компании в сети Интернет
2	2	4	-	-	Особенности и специфика коммуникации в социальных сетях
3	3	4	-	-	Основы планирования коммуникаций в социальных сетях и блогосфере

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
4	4	4	-	-	Основы реализации коммуникаций в социальных сетях и блогосфере
5	5	4	-	-	Методики контроля и анализа эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях
6	6	4	-	-	Улучшение узнаваемости гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях
Итого:		24	-	X	

### Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	-	-	Понятие и сущность современных социальных сетей.
2	2	2	-	-	Основные технологии, позволяющие реализовать SMM-технологии.
3	3	2	-	-	Подбор каналов коммуникации и методов эффективного взаимодействия с целевой аудиторией в социальных сетях.
4	4	2	-	-	Базовые принципы подачи видеоматериалов в социальных сетях.
5	5	2	-	-	Методы отслеживания Интернет-траффика в социальные группы и принципы определения его качества.
6	6	2	-	-	Методы улучшения имиджа гостиничного бренда при помощи социальных сетей.
Итого:		12	-	-	X

### Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	18	-	-	Понятие социальных сетей и SMM-технологий. Роль SMM-технологий при продвижении компании в сети Интернет	Дискуссия. Задания для работы в подгруппах (приложение 1)
2	2	18	-	-	Особенности и специфика коммуникации в социальных сетях	Устный опрос, Дискуссия (приложение 2)
3	3	18	-	-	Основы планирования	Устный опрос,

					коммуникаций в социальных сетях и блогосфере	Практическое задание (приложение 3)
4	4	18	-	-	Основы реализации коммуникаций в социальных сетях и блогосфере	Доклады, Дискуссии (приложение 4) Презентация (приложение 7)
5	5	18	-	-	Методики контроля и анализа эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях	Устный опрос, дискуссия (приложение 5)
6	6	18	-	-	Улучшение узнаваемости гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях	Устный опрос, Защита проекта (приложение 6)
	1-6				Контроль	Перечень вопросов (приложение 8)
Итого:		108	-	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

### 6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

### 7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены

### 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
<b>1 текущая аттестация</b>		
1.1	Готовая презентация по теме	10
1.2	Выполнение практических заданий по теме.	20
1.3	Готовая презентация по теме	10
1.4	Выполнение практических заданий по теме.	20
	<b>ИТОГО за первую текущую аттестацию</b>	<b>60</b>
<b>2 текущая аттестация</b>		
3.1	Работа на практических занятиях, участие в дискуссиях	10
3.2	Подготовка докладов и презентаций	10
3.3.	Работа и в подгруппах, разработка проекта	20
	<b>ИТОГО за вторую текущую аттестацию</b>	<b>40</b>
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>



## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
  - Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
  - Электронно-библиотечная система «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
  - Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
  - Образовательная платформа ЮРАЙТ [www.urait.ru](http://www.urait.ru)
  - Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
  - Национальная электронная библиотека (НЭБ)
  - Библиотеки нефтяных вузов России :
    - Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>,
    - Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/> ,
    - Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>
    - Электронная справочная система нормативно-технической документации «Тех-норматив»
    - ЭКБСОН- информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки
- 9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства
- MicrosoftWindows;
  - MicrosoftOfficeProfessional.

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг	Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.	625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70

		Программное обеспечение: Microsoft Office Professional Plus, Microsoft Windows, Zoom (бесплатная версия), Свободно- распространяемое ПО	
		Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран. Программное обеспечение: Microsoft Office Professional Plus, Microsoft Windows, Zoom (бесплатная версия), Свободно- распространяемое ПО	625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70

## 11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям. На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

**Планируемые результаты обучения для формирования компетенции  
и критерии их оценивания**

Дисциплина Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг

Код/направление подготовки 43.04.03 Гостиничное дело

направленность: Маркетинг в индустрии гостеприимства

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
<b>ПКС-4.</b> Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства.	ПКС-4.1. Разрабатывает концепции и стратегии развития сети гостиниц	3.1.: основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети	Не знает основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети	Знает основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети на начальном уровне	Знает основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети с небольшими ошибками	Знает основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети
		У1 Выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению	Не умеет выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению	Умеет выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению	Хорошо умеет выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению	В совершенстве выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
		В1 : методами выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению	Не владеет методами выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению	Владеет методами выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению	Хорошо владеет методами выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению	В совершенстве методами выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению
		3.2: основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли	Не знает основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли	Знает основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли на начальном уровне	Знает основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли с небольшими ошибками	Знает основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли
		У.2: осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети	Не умеет осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети	Умеет осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети	Хорошо умеет осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети	В совершенстве осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети
		В.2: навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети	Не владеет навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети	Владеет навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети	Хорошо владеет навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети	В совершенстве навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети

**КАРТА**  
**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина Социальные сети как средство продвижения гостиничных ус гостеприимства

Код, направление подготовки: 43.04.03 Гостиничное дело

Направленность: Маркетинг в индустрии гостеприимстве

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Бушев, А. Б. Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности: сетевой дискурс : учебное пособие для вузов / А. Б. Бушев. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 176 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/302774">https://e.lanbook.com/book/302774</a>	ЭР*	20	100	+
2	Информационно-коммуникационные технологии в управлении различными сферами деятельности : электронное учебное пособие / А. Л. Абрамовский, Л. Н. Белоножко, Л. Л. Павлова, Д. А. Пензин. - Тюмень : ТИУ, 2021. - эл. опт. диск (CD-ROM). - URL: <a href="https://educon2.tyuiu.ru/mod/resource/view.php?id=820324">https://educon2.tyuiu.ru/mod/resource/view.php?id=820324</a> .	ЭР*	20	100	+

\*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

# Лист согласования

Внутренний документ "Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг\_2023\_41.04.03\_МГДм"

Документ подготовил: Молоткова Таисия Леонидовна

Документ подписал: Белоножко Марина Львовна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано