

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
 АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»
 (НГУАДИ)

УТВЕРЖДАЮ
 РПД одобрена
 Ученым советом НГУАДИ

Проректор по ОиМД
 И.В. Рязанцева

протокол № 17 от 28.02.2022

" 15 "  2022 г.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯХ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ (МОДУЛЬ)

Стратегический менеджмент в креативных индустриях

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Промышленного дизайна
Учебный план	38.04.02_2023_MagМенедж.plx
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Профиль	стратегические проекты в креативных индустриях
Квалификация	Магистр
Форма обучения	очная
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану	72
в том числе:	Виды контроля в семестрах:
аудиторные занятия	38
самостоятельная работа	34

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	16			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	8	8	8	8
Практические	30	30	30	30
Итого ауд.	38	38	38	38
Контактная работа	38	38	38	38
Сам. работа	34	34	34	34
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

канд. экон. наук, доцент, Доцент кафедры ПД, Рязанцева И.В.



Рецензент(ы):

канд. экон. наук, Доцент кафедры ГИСЭД, Заикин Н.Н.



Рабочая программа дисциплины

Стратегический менеджмент в креативных индустриях

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

составлена на основании учебного плана:

38.04.02 Менеджмент

утвержденного учёным советом вуза от 28.02.2022 протокол № 17.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Промышленного дизайна

Протокол от 28.02.2022 г. № 07

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. кафедрой _____  Н.В. Бекк

Согласовано:

Декан факультета _____  И.В. Матвеева

Заведующий НТБ _____  Н.А.Патрушева

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель освоения дисциплины - получение углубленных знаний, умений и навыков в области стратегического управления предприятием

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Знания, умения, навыки, творческие способности, полученные на предшествующем уровне образования
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	История отечественной и зарубежной рекламы и связей с общественностью
2.2.2	Методы принятия управленческих решений
2.2.3	Планирование карьеры и основы лидерства
2.2.4	Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика
2.2.5	Риск-менеджмент в креативных индустриях
2.2.6	Современный стратегический анализ
2.2.7	Управление проектами в креативных индустриях
2.2.8	Учебная практика. Ознакомительная практика
2.2.9	Бренд-маркетинг
2.2.10	Качественные и количественные исследования
2.2.11	Планирование и реализация стратегических проектов в креативных индустриях
2.2.12	Правовые основы защиты интеллектуальной собственности
2.2.13	Производственная практика. Педагогическая практика
2.2.14	Управление инновациями в креативных индустриях
2.2.15	Управление человеческими ресурсами в организациях креативных индустрий
2.2.16	Экзамен по модулю "Управление персоналом и организациями в креативных индустриях (модуль)"
2.2.17	Зачет с оценкой по модулю "Бренд-менеджмент (модуль)"
2.2.18	Зачет с оценкой по модулю "Педагогические технологии (модуль)"
2.2.19	Корпоративные коммуникации и управление репутацией бренда креативных индустрий
2.2.20	Нормативно-правовая база образовательной деятельности
2.2.21	Педагогические технологии (модуль)
2.2.22	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.23	Производственная практика. Преддипломная практика
2.2.24	Технологии обучения и методики преподавания
2.2.25	Цифровое искусство
2.2.26	Экзамен по модулю "Теория и практика маркетинговых коммуникаций (модуль)"

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	
Знать:	
Уровень 1	Основы критического стратегического анализа проектной деятельности
ОПК-1: Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;	
Уметь:	
Уровень 1	выбирать оптимальные варианты организации и осуществления коммуникаций
ОПК-4: Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;	

Знать:	
Уровень 1	способы и методы анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний
Уметь:	
Уровень 1	ставить стратегические цели и формулировать задачи
ПК-1: Способен разрабатывать и внедрять организационную стратегию, обеспечивающую устойчивое развитие организации в сфере креативных индустрий	
Знать:	
Уровень 1	механизмы обеспечения конкурентного преимущества организации
Уметь:	
Уровень 1	Применять методы и инструменты стратегического анализа в профессиональной деятельности
ПК-2: Способен оценивать риски деятельности предприятий креативных индустрий	
Знать:	
Уровень 1	методов и инструментов стратегического анализа
Уметь:	
Уровень 1	использовать инструменты стратегического анализа

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	УК-1.1.2 Основные критерии оценки объектов при проведении критического анализа объектов в области креативных индустрий;
3.1.2	ОПК-4.1.1 Способы и методы анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений повышения конкурентоспособности;
3.1.3	ПК-1.1.1 Теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;
3.1.4	ПК-2.1.1 Методы и инструменты стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.
3.2	Уметь:
3.2.1	ОПК-1.2.1 Выбирать оптимальные варианты организации и осуществления бизнес-коммуникаций;
3.2.2	ОПК-4.2.1 Ставить стратегические цели и формулировать задачи, связанные с реализацией стратегии повышения конкурентоспособности;
3.2.3	ПК-1.2.1 Применять методы и инструменты стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
3.2.4	ПК-2.2.1 Использовать инструменты стратегического анализа для разработки и осуществления стратегии организации.
3.3	Владеть:

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Стратегический менеджмент в креативных индустриях					
1.1	Современная концепция стратегического управления в сфере креативных индустрий. Общая концепция стратегического управления. Общая концепция стратегического управления. Этапы развития стратегического управления. Сравнительная характеристика оперативного и стратегического менеджмента. Сравнительный анализ школ стратегического менеджмента. Теория стратегии: основные элементы и базовые концепции. Объекты стратегического управления. Влияние среды на выбор стратегии /Лек/	1	4	ОПК-1 ПК-2 УК-1 ПК-1 ОПК-4	Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.1 Л2.2 Э1	

1.2	Стратегии в организациях креативных индустрий. Система стратегий организации. Классификация стратегий. Корпоративные стратегии (рост, стабильность, сокращение). Стратегии бизнес-уровня (конкурентные или деловые стратегии). Функциональные стратегии. Взаимосвязь и особенности стратегий разных уровней /Лек/	1	4	ОПК-1 ПК-2 УК-1 ПК-1 ОПК-4	Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.1 Л2.2 Э1	
1.3	Стратегический анализ среды организации креативных индустрий /Пр/	1	8	ОПК-1 ПК-2 УК-1 ПК-1 ОПК-4	Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.1 Л2.2 Э1	
1.4	Миссия и цели организации в креативных индустриях в стратегическом управлении /Пр/	1	8	ОПК-1 ПК-2 УК-1 ПК-1 ОПК-4	Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.1 Л2.2 Э1	
1.5	Стратегический выбор и формирование стратегии для организаций креативных индустрий /Пр/	1	8	ОПК-1 ПК-2 УК-1 ПК-1 ОПК-4	Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.1 Л2.2 Э1	
1.6	Управление реализацией стратегии организации креативных индустрий /Пр/	1	6	ОПК-1 ПК-2 УК-1 ПК-1 ОПК-4	Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.1 Л2.2 Э1	
1.7	Самостоятельное изучение материалов по темам раздела /Ср/	1	34	ОПК-1 ПК-2 УК-1 ПК-1 ОПК-4	Л1.3 Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.1 Л2.2 Э1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

См. приложение 1 к рабочей программе модуля "Стратегическое управление в организациях креативных индустрий (модуль)"

5.2. Темы письменных работ

См. приложение 1 к рабочей программе модуля "Стратегическое управление в организациях креативных индустрий (модуль)"

5.3. Фонд оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе модуля "Стратегическое управление в организациях креативных индустрий (модуль)"

5.4. Перечень видов оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе модуля "Стратегическое управление в организациях креативных индустрий (модуль)"

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Базиян Н. Р.	Стратегический менеджмент	Москва: Юриспруденция, 2018
Л1.2	Гришина, С. А., Шишкин, А. Н.	Стратегический менеджмент: проектный подход: учебное пособие	Тула: Тульский государственный педагогический университет имени Л.Н. Толстого, 2020
Л1.3	Томасова Д. А.	Стратегический анализ с применением размытой логики и теории нечетких множеств: учебное пособие	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Хамаганова, К. В.	Стратегический брендинг: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017
Л2.2	Никифорова, Л. Е., Цуриков, С. В.	Современный стратегический анализ: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.3	Жданкин, Н. А.	Современный стратегический анализ: учебное пособие	Москва: Издательский Дом МИСиС, 2014
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Стратегический менеджмент в креативных индустриях» - Режим доступа: https://portal.nsuada.ru/		
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/		
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием, персональными компьютерами (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ
7.2	Помещение для самостоятельной работы, оснащенная персональным компьютером (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя:

- проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами по дисциплине;
- подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом;
- предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях;
- проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине;
- в рамках научно-исследовательской работы обучающийся осуществляет подбор и систематизацию материалов теме НИР, аннотацию научных работ по конкретным темам; изучение дополнительной литературы, электронных материалов; написание тезисов, статей (индивидуально и совместно с преподавателями), подготовку докладов, сообщений; аналитический разбор научных публикаций по определенной проблеме; подготовку аналитической записки по конкретной ситуации; участие в разработке и оформлении научного проекта; участие в подготовке и проведении студенческих научных конференций; участие в конференциях; выполнение научно-исследовательских проектов и грантов; участие в конкурсах молодых ученых и т.д.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ АРХИТЕКТУРЫ,
ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ ИМЕНИ А.Д. КРЯЧКОВА»
(НГУАДИ)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе модуля

Стратегическое управление в организациях креативных индустрий (модуль)

Учебный план: 38.04.02_2023_МагМенедж

Направление подготовки (специальность): 38.04.02 Менеджмент. Стратегические проекты в креативных индустриях

Перечень дисциплин, входящих в модуль:

Код	Наименование дисциплины	Семестр
Б1.О.01.01	Стратегический менеджмент в креативных индустриях	1
Б1.О.01.02	Риск-менеджмент в креативных индустриях	2
Б1.О.01.03	Современный стратегический анализ	2
Б1.О.01.04	Планирование и реализация стратегических проектов в креативных индустриях	3
Б1.О.01.05	Цифровое искусство	4
Б1.О.01.06(К)	<i>Экзамен по модулю " Теория и практика маркетинговых коммуникаций (модуль)"</i>	4

1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Таблица 1

код компетенций	оценочные средства	Не сформирован 0-30 баллов (неудовлетворительно)	Пороговый уровень 31-50 балл (удовлетворительно)	Базовый уровень 51-81 балл (хорошо)	Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично)
УК-1 УК-2 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ПК-1 ПК-2	Контрольная работа, Курсовой проект, экзаменационные вопросы	Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Стратегический менеджмент в креативных индустриях

Подход к управлению	Тип проекта	Соответствие арт-индустрии
Классические методы. РМБОК, модель водопада	Предположение о неизменности требований, низких рисках, жесткий срок	Максимальное соответствие реальной практике
Метод PRINCE2. Акцент на взаимодействие исполнителей	Варианты нейтральных (сбалансированных) подходов	Достаточный и минимальный набор приемов для обеспечения успешности средних по характеристикам проектов
Метод Process-based management. Акцент на взаимодействие процессов		
Метод Инновационные проекты (стартапы)	Предположение о высоких рисках проекта	Характерен для масштабных/амбициозных арт-проектов
Гибкая методология разработки	Предположение о критичности качества, при этом требования к сроку и ресурсам достаточно гибки	Встречается редко. Применим для разработки новых арт-проектов
Метод PERT, Метод критического пути	Предположение о неограниченности ресурсов, критичен только срок выполнения и качество	Встречается очень редко. Характерен для арт-проектов, имеющих стратегический, имиджевый, политический характер

Риск-менеджмент в креативных индустриях

1. выявления причин и основных факторов возникновения рисков;
2. идентификации, анализа и оценки рисков;
3. принятия решений на основе произведенной оценки;
4. выработки антирисковых управляющих воздействий;
5. снижения риска до приемлемого уровня;
6. организации выполнения намеченной программы;
7. контроля выполнения запланированных действий;
8. анализа и оценки результатов рискованного решения.

Современный стратегический анализ

Вопросы для подготовки

- 1) оперативное и стратегическое управление;
- 2) стратегический менеджмент как инструмент и как парадигма;
- 3) стратегия предприятия как образ действий;
- 4) стратегический выбор: задачи, механизмы, ограничения;
- 5) базовый постулат теории стратегического менеджмента;
- 6) подходы к разработке стратегии;
- 7) стратегическое планирование (отличия от долгосрочного).

Планирование и реализация стратегических проектов в креативных индустриях

1. Коммуникационная кампания, типология, цели, виды и формы
2. Планирование коммуникационной кампании
3. Контактные группы PR. Принципы коммуникации
4. Техника разработки концепции коммуникационной кампании и PR-проекта
5. 8-шаговая концепция PR-проекта
6. Разработка коммуникационной кампании для собственного предприятия
7. Методология построения кампаний в различных коммуникационных системах
8. Управление проектами в СО
9. Структура и содержание PR-брифа
10. Бюджет кампании
11. Особенности организации PR-кампаний в Интернете
12. Оформление проекта будущей кампании
13. Социальные кампании: спонсоринг и фандрайзинг
14. Репутационные кампании в СО
15. Понятие геобрендинга. Кампании по созданию и продвижению геобренда
16. Коммуникационный кризис-менеджмент. Кампании по предотвращению кризисов и ликвидации его последствий

Цифровое искусство

- 1 Компьютерные визуальные медиа
- 2 Компьютерные 3D изображения
- 3 Компьютерные анимированные изображения
- 4 Digital installation art
- 5 Цифровое искусство и блокчейн
- 6 Теоретики и историки искусства
- 7 Подтипы.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Контрольная работа – работа для оценки знаний и/или умений (по отдельной теме, разделу, дисциплине в целом, модулю). Контрольные работы могут быть представлены в различных вариантах: тест, конспект по отдельному вопросу, терминологический диктант и тп.

Контрольная работа выполняется в соответствии с требованиями формулируемыми преподавателем перед ее выполнением. Как правило, контрольная работа выполняется письменно на практическом занятии и прикрепляется в личном кабинете обучающегося (ЭИОС).

Экзамен является заключительным этапом освоения модуля. Готовясь к нему, обучающийся повторяет изученный материал, восполняет пробелы, приводит свои знания в систематизированный вид, получает более глубокое представление о содержании дисциплин модуля. Вследствие этого подготовка к экзамену сама оказывается важной формой учебной работы.

Экзаменационные вопросы ежегодно утверждаются на выпускающей кафедре и представляются в ЭИОС НГУАДИ

Промежуточная аттестация по модулю «Стратегическое управление в организациях креативных индустрий (модуль)»:

Итоговая оценка по модулю формируется из двух оценок:

- 1) Средний балл по результатам текущего контроля по всем дисциплинам модуля и составляет 50% от итоговой оценки за модуль.**
- 2) Оценка за устный ответ на экзамене по вопросам и составляет 50% от итоговой оценки за модуль.**

Экзамен по модулю «Стратегическое управление в организациях креативных индустрий (модуль)»

Экзамен является заключительным этапом освоения модуля. Готовясь к нему, обучающийся повторяет изученный материал, восполняет пробелы, приводит свои знания в систематизированный вид, получает более глубокое представление о содержании дисциплин модуля. Вследствие этого подготовка к экзамену сама оказывается важной формой учебной работы.

Билеты на устный экзамен формируются из вопросов к экзамену по дисциплинам модулям и состоят из 3 вопросов и формируются заведующим кафедры.

Форма экзаменационного билета

ФГБОУ ВО НГУАДИ	
экзамен	
<u>Модуль «_____»</u>)»
наименование модуля	
<u>Программа высшего образования – программа магистратуры</u>	

наименование образовательной программы	
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №	
1 Вопрос из категории 1 - «___»	
2 Вопрос из категории 2 - «___»	
3 Вопрос из категории 3 - «___»	
4 Вопрос из категории 4 - «___»	
Заведующий кафедрой:	
_____	_____
(подпись)	(ФИО)
«___» _____ 20 г.	