

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Евгеньевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 06.05.2024 12:25:23
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d805854101101

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Учебное подразделение «Институт сервиса и отраслевого управления»
Кафедра «Менеджмента в отраслях ТЭК»



УТВЕРЖДАЮ:
Председатель СПН
Олейник А.М.
«2» июня 2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина Менеджмент и маркетинг
специальность 21.05.01 «Прикладная геодезия»
специализация «Инженерно-геодезические изыскания»
квалификация инженер-геодезист
форма обучения очная
курс 5
семестр 10

Аудиторные занятия 40 часов, в т.ч.:
Лекции – 20 часов
Практические занятия – 20 часов
Лабораторные занятия – *не предусмотрены*
Самостоятельная работа – 68 часов, в т.ч.:
Курсовая работа – *не предусмотрены*
Расчётно-графические работы – *не предусмотрены*
Контрольная работа – *не предусмотрены*
Вид промежуточной аттестации:
Экзамен – 10 семестр
Общая трудоемкость - 108 часов, 3,0 зач.ед.

ТИУ
2018

Рабочая программа разработана в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 21.05.01 «Прикладная геодезия», утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 июня 2016 года, № 674, ОПОП по данной специальности.

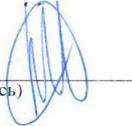
Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры Менеджмента в отраслях ТЭК

Заведующий кафедрой  В.В. Пленкина

:
СОГЛАСОВАНО
Заведующий
выпускающей кафедры  /А.М. Олейник/
« 2 » июня 2018г.

Разработчик:

М.Г. Глухова, доцент, к.э.н.


(подпись)

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» являются получение студентами комплексных знаний в области менеджмента и маркетинга, формирование представления об основополагающих законах, принципах и механизмах функционирования организационных систем, методологических основ менеджмента и маркетинга, основных научных школ, современных идей.

Задачи дисциплины:

- понять фундаментальные основы менеджмента;
- получить умения в области применения и развития методов управления в современных условиях развития экономики;
- освоить методы управления, обеспечивающие эффективность деятельности организации;
- владеть методами обоснования, принятия и реализации управленческих решений в области маркетинга;
- изучить методику проведения маркетингового исследования и методы сбора маркетинговой информации;
- уметь выявлять наиболее значимые потребности потенциальных потребителей и управлять ассортиментом;
- научиться применять возможности маркетинговых коммуникаций для стимулирования сбыта;

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.Б.17 «Менеджмент и маркетинг» является дисциплиной базовой части в структуре учебного плана ОПОП по специальности 21.05.01 «Прикладная геодезия». Основой, на которой базируется преподавание данной дисциплины, являются знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении дисциплины «Экономика». Знания по данной дисциплине необходимы для изучения таких дисциплин как «Основы научных исследований», «Основы планирования ВКР», «Организация и планирование инженерно- геодезических работ» и выполнения выпускной квалификационной работы

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» направлен на формирование общекультурных и профессиональных компетенций (табл.1).

Таблица 1

Номер/ индекс компе- тенций	Содержание компетенции или ее части	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть

ОК-1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	- классификацию наук и научных исследований; -программно-целевые методы решения научных проблем; -современные компьютерные технологии; -основные элементы теории статистической проверки гипотез, критерии на зависимость признаков и однородных данных.	-оценить эффективность и результаты научной деятельности; -использовать сетевые технологии и мультимедиа в образовании и науке; -создавать базы данных сетевой структуры по гиперссылкам .	конъюнктурными исследованиями; - электронным офисом и сетевыми информационными технологиями.
ОК-5	способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	-основные теории и методы макро- и микроэкономик и; экономическое планирование и прогнозирование;	- анализировать и оценивать социальную информацию; -планировать и осуществлять свою деятельность с учетом результатов этого анализа.	-экономико-математическими методами, связанными с решением оптимизационных задач, экономико-статистическими моделями и производственными функциями при сборе и обработке баз данных.
ОПК-3	готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно	- основы менеджмента, принципы распределения функций управления.	- работать в коллективе и управлять работой коллектива.	-навыками аргументированного изложения собственной точки зрения.

	воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия			
ПК-11	способность планировать и выполнять топографо-геодезические, картографические, работы при инженерно-геодезических и других видах изысканий объектов строительства и изучении природных ресурсов	системы координат в геодезии и астрономии и их взаимные преобразования, системы измерения времени и соотношение между ними.	использовать топографические карты для инженерных изысканий и проектирование строительства.	методами создания топографических планов и карт, в том числе на основе компьютерных и спутниковых технологий.
ПК-14	готовность к разработке планов, установлению порядка, организации и управлению инженерно-геодезическими работами в полевых и камеральных условиях	методы и средства ведения инженерно-геодезических и изыскательских работ, системы координат, классификацию и основы построения опорных геодезических сетей, сведения из теории погрешностей геодезических измерений, геоинформационные и кадастровые информационные системы, современные способы подготовки и поддержания	выполнять работы по созданию опорных межевых сетей, производить кадастровые и топографические съемки, геодезические, почвенные и другие виды изысканий, применять современные геодезические приборы и программно-аппаратные средства обработки геодезической информации, обеспечивать необходимую точность и своевременно	методами управления технологическими процессами инженерно-геодезических работ.

		информации в ГИС, способы определения площадей и перенесения проектов в натуру; приемы и методы обработки геодезической информации для целей землеустройства, кадастра недвижимости, мониторинга земель и градостроительной деятельности.	сть геодезических измерений, сопоставлять практические и расчетные результаты, участков и перенесения проектов в натуру.	
ПК-15	готовность к разработке проектно-технической документации инженерно-геодезических работ, маркетинговых мероприятий и экономических расчётов при планировании и управлении инженерно-геодезическими работами и внедрению производства разработанных и принятых технических решений	-основы менеджмента, принципы построения организационных структур и распределения функций управления, -экономику предприятия, принципы оценки его хозяйственной деятельности, основы бухгалтерского учета и налоговой деятельности	-планировать объем производства и проводить расчеты затрат на производство и реализацию топографо-геодезической и картографической продукции, определять условия безубыточности	-методами управления технологическими процессами инженерно-геодезических работ, обеспечивающими качественный выпуск топографо-геодезической и картографической продукции, отвечающей требованиям нормативных документов и рынка

Содержание дисциплины
Содержание разделов учебной дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	2	3
1	Раздел 1 . Основы менеджмента Тема 1. Функциональное содержание менеджмента	Природа функций менеджмента. Исторические тенденции развития управления. Критерии классификации функций менеджмента. Состав и характеристика общих (основных) функций менеджмента. Особенности конкретных (специфических) функций управления. Взаимосвязь общих и конкретных функций управления. Распределение функций и полномочий, их реализация. Развитие функций управления.
2	Тема 2. Организационные структуры управления и основы их формирования	Понятие организационной структуры управления фирмой. Принципы построения управленческих структур. Типы структур управления организациями. Современные тенденции развития организационных структур в России и за рубежом. Сетевые формы организации. Совершенствование организационных структур управления российскими предприятиями в современных условиях. Условия эффективного применения различных видов структур.
3	Тема 3. Персонал управления и человеческий капитал	Соотношение понятий «персонал управления» и «человеческий капитал». Система работы с персоналом и ее параметрические характеристики. Управленческий труд и менеджеры. Оценка качеств и профессиональный отбор менеджеров. Человеческий капитал и социальное партнерство. Экономическая и социальная эффективность проявления человеческого капитала.
4	Тема 4. Эффективность и качество управления	Экономический смысл эффективности и качества управления. Взаимосвязь эффективности производства и эффективности управления. Принципы эффективного менеджмента. Ресурсы и затраты управления. Методы измерения эффективности управления. Социология управления. Качество деятельности. Факторы, определяющие качество управления. Измерение качества управления. Инновационный потенциал менеджмента и влияние его использования на качество управления.
5	Раздел 2. Основы маркетинга Тема 5. Современная концепция маркетинга	Понятия и сущность маркетинга. Цели и функции маркетинга. Концепции маркетинга. Виды маркетинга. Внешняя и внутренняя среда маркетинга. Комплекс маркетинга (маркетинг -mix) и его составляющие.
6	Тема 6. Маркетинговые исследования	Содержание и направления маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований.

		Организация проведения маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Система маркетинговой информации и методы ее сбора.
7	Тема 7. Изучение конкурентоспособности продукции (услуг)	Анализ конкурентов. Исследование конкурентоспособности продуктов. Исследование конкурентоспособности фирмы в целом.
8	Тема 8. Элементы комплекса маркетинга.	Характеристика основных элементов комплекса маркетинга. Ценовая политика. Ценообразование в системе маркетинга. Виды цен и особенности их применения. Методы расчета цен. Ценовые стратегии. Виды скидок и условия их применения. Товарная политика. Политика распределения. Коммуникационная политика
9	Тема 9. Управление маркетинговой деятельностью	Процесс управления маркетингом. Концепции планирования маркетинга. Стратегический и тактический планы маркетинговой деятельности. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Организация маркетингового контроля.

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Таблица 3

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№ № разделов и тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Основы научных исследований	+	+	+	+		+	+		+
2.	Научно-методические основы планирования ВКР	+	+	+				+		+
3.	Выпускная квалификационная работа	+	+	+				+		+

Разделы (модули) и темы дисциплин и виды занятий

Таблица 4

№ п / п	Наименование разделов дисциплины	Лекц., час.	Практ. зан., час.	Лаб. зан., час.	Семинар, час.	СРС, час.	Всего, час.
1	Раздел 1. Основы менеджмента. Тема 1. Функциональное содержание менеджмента	2	2	-	-	6	10

2	Тема 2. Организационные структуры управления и основы их формирования	2	2	-	-	6	10
3	Тема 3. Персонал управления и человеческий капитал	2	2	-	-	6	10
4	Тема 4. Эффективность и качество управления	2	2	-	-	6	10
5	Раздел 2. Основы маркетинга Тема 5. Современная концепция маркетинга	2	2	-	-	8	12
6	Тема 6. Маркетинговые исследования	4	2	-	-	8	14
7	Тема 7. Изучение конкурентоспособности продукции (услуг)	2	4	-	-	8	14
8	Тема 8. Элементы комплекса маркетинга.	4	4	-	-	10	18
9	Тема 9. Управление маркетинговой деятельностью	2	2	-	-	10	14
Всего:		20	20	-	-	68	108

Перечень тем лекционных занятий

Таблица 5

№ раздела (модуля) и темы дисци.	Наименование лекции	Трудоемкость (час.)	Формируемые компетенции	Методы преподавания
2	3	4	5	6
1	Раздел 1. Основы менеджмента. Тема 1. Функциональное содержание менеджмента	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме дискуссия
2	Тема 2. Организационные структуры управления и основы их формирования	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме.
3	Тема 3. Персонал управления и человеческий капитал	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме,

				морфологический анализ, «мозговой штурм»
4	Тема 4. Эффективность и качество управления	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
5	Раздел 2. Основы маркетинга Тема 5. Современная концепция маркетинга	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме, морфологический
6	Тема 6. Маркетинговые исследования	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
7	Тема 7. Изучение конкурентоспособности продукции (услуг)	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
8	Тема 8. Элементы комплекса маркетинга.	4	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
9	Тема 9. Управление маркетинговой деятельностью	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Лекция визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме, полилог,
Итого:		20		

Перечень тем практических занятий

Таблица 6

№ п / п	№ раздела (модуля) и темы дисциплин	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (часы)	Формируемые компетенции	Методы преподавания
1	2	3	4	5	6

1	Раздел 1. Основы менеджмента. Тема 1. Функциональное содержание менеджмента	1. Группировка функций управления, определение их трудоемкости и численности управленческого персонала	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Case-study, работа в группах, учебный фильм
		2. Сравнительный анализ подходов к менеджменту	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3,	Case-study, работа в группах,
2	Тема 2. Организационные структуры управления и основы их формирования	2. Деловая игра «Взаимосвязь функций управления»	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Индивидуальные и групповые презентации
3	Тема 3. Персонал управления и человеческий капитал	3. Кейсы: Спорные решения.	4	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Расчетно-аналитические задания, индивидуальные и групповые презентации
4	Тема 4. Эффективность и качество управления				
5	Раздел 2. Основы маркетинга Тема 5. Современная концепция маркетинга	1. Обоснование последовательности управленческих действий при использовании концепции маркетинга в разработке программы развития предприятия	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Расчетно-аналитическое задание, Case-study, работа в группах
6	Тема 6. Маркетинговые исследования	2. Составление конъюнктурного обзора и сценариев развития товарного рынка. (№1) 3. Прогнозирование конъюнктуры товарного рынка и формирование краткосрочной программы рыночного поведения на основе анализа	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Семинар, Case-study индивидуальные и групповые презентации

		полученных прогнозов.			
7	Тема 7. Изучение конкурентоспособности продукции (услуг)	4. Оценка конкурентоспособности товара на основе коэффициента	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	
8	Тема 8. Элементы комплексного маркетинга.	5. Формирование товарно-производственной политики предприятия в краткосрочном периоде по результатам комплексного исследования рынка.	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	Семинар, Case-study индивидуальные и групповые презентации
		6. Выбор эффективной схемы и каналов сбыта продукции	2	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.	
Итого:			20		

Перечень тем для самостоятельной работы

Таблица 7

№ п/п	№ раздела (модуля) и темы	Наименование темы	Трудоемкость (час.)	Виды контроля	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1	1-9	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	26	Опрос	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.
2	1-9	Изучение тем теоретического курса, запланированных для самостоятельного освоения*	16	Опрос	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11, ПК-14, ПК-15.
3	1-9	Индивидуальные консультации по курсу	2,2	Опрос	ОК-1, ОК-5, ОПК-3, ПК-11,

4	1-9	Групповая консультация по курсу	3,2	Тест	ПК-14, ПК-15.
5	1-9	Подготовка к практическим занятиям и оформление презентаций	20,6	Защита расчетно-аналитических заданий	
Итого:			68		

*** Темы теоретического курса, запланированные для самостоятельного освоения**

1. Состав и характеристика общих (основных) функций менеджмента.
2. Особенности конкретных (специфических) функций управления.
3. Взаимосвязь общих и конкретных функций управления.
4. Распределение функций и полномочий, их реализация.
5. Стратегический и тактический планы маркетинговой деятельности.
6. Подходы к организационному построению службы маркетинга.
7. Организация маркетингового контроля
8. Взаимосвязь эффективности производства и эффективности управления.
9. Принципы эффективного менеджмента
10. Процесс маркетинговых исследований.
11. Система маркетинговой информации и методы ее сбора.

Тематика курсовых проектов (работ). Не предусмотрено учебным планом

Оценка результатов освоения дисциплины

Рейтинговая система оценки по курсу «Менеджмент и маркетинг» для специалистов 5 курса специальность **21.05.01«Прикладная геодезия»** специализация «Инженерно-геодезические изыскания»

Таблица 8

Максимальное количество баллов (*накопительная система*)

1-ый срок предоставления результатов текущего контроля	2-ой срок предоставления результатов текущего контроля	3-ий срок предоставления результатов текущего контроля	Итого
0-30	0-60	0-100	0-100

Таблица 9

№	Виды контрольных мероприятий	Баллы	№ недели
1	Расчетно-аналитическое задание	0-10	4,6
2	Расчетно-аналитическое задание	0-5	6
3	Тестовый контроль	0-15	6
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30	
4	Индивидуальная презентация	0-15	8
5	Тестовый контроль	0-15	12
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30	
6	Расчетно-аналитическое задание	0-15	12
7	Деловая игра	0-15	14
8	Тестовый контроль	0-10	16
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40	
	ВСЕГО:	100	

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

II. Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ

Адрес сайта – <http://e.lanbook.com>

3. ЭБС «IPRbooks»

Адрес сайта – <http://www.iprbookshop.ru/>

4. Система поддержки дистанционного обучения [Электронный ресурс]. URL: <http://educon.tsogu.ru:8081/login/index.php>

<http://www.ktr.itkor.ru/> Журнал «Конъюнктура товарных рынков» (Маркетинг & Логистика)

www.chelt.ru Журнал «Человек и труд»

www.kadrvopros-biz.ru Журнал «Кадровый вопрос»

www.wciom.ru Всероссийский центр изучения общественного мнения.

Маркетинговые исследования.

www.hse.ru Высшая школа экономики

www.voluntary.ru Национальная социологическая энциклопедия.

Материально-техническое обеспечение дисциплины

II. ПК, мультимедийное оборудование

Учебная аудитория, оснащенная для проведения мультимедийных лекций (ПК (с возможностью воспроизводить CD/DVD – диски), проектор, I-net, флипчарт или интерактивная доска).

Таблица 10

Перечень оборудования, необходимого для успешного освоения образовательной программы		
Наименование	Кол-во	Значение
Учебная аудитория	1	для проведения занятий лекционного и семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации.
Оснащённость:		материал предназначен для демонстрации

<p>Учебная мебель: стола, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт. Учебно-наглядные пособия: Раздаточный материал</p>		<p>студентам и обеспечивающий формирование у них конкретных образов предметов и явлений действительности.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Карта обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

1. Фактическая обеспеченность дисциплины учебной и учебно-методической литературой.

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ УЧЕБНОЙ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРОЙ

Учебная дисциплина: «Менеджмент и маркетинг»

Форма обучения:

Кафедра менеджмента в отраслях топливно-энергетического комплекса

очная: 5 курс 10 семестр

Код, специальности: 21.05.01 «Прикладная геодезия»

специализация «Инженерно-геодезические изыскания»

Фактическая обеспеченность дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Учебная, учебно-методическая литература по рабочей программе	Название учебной и учебно-методической литературы, автор, издательство	Год издания	Вид издания	Вид занятия	Кол-во экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающейся литературой, %	Место хранения	Наличие эл. варианта в электронной библиотечной системе ТИУ
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Основная	Дробышева, Лариса Алексеевна. Экономика, маркетинг, менеджмент : учеб.пособие / Л. А. Дробышева. - Москва : Дашков и К, 2017. - 149 с. : ил., схемы ; 20 см. - URL: https://e.lanbook.com/book/93471 .	2017	УП	Л,Пр	ЭР	25	100	БИК	ЭБС Лань
	Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент: теория и практика : монография. - Москва : Дашков и К, 2017. - URL: https://e.lanbook.com/book/94032 .	2017	М	Л,Пр	ЭР	25	100	БИК	ЭБС Лань
	Шиловский, В. Н. Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования / В. Н. Шиловский. - Москва : Лань", 2015. - URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=56614 .	2015	У	Л,Пр	ЭР	25	100	БИК	ЭБС Лань
Дополнительная	Григорьев М.Н. Маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебник : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 061500 "Маркетинг", 060800 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / М. Н. Григорьев ; ТюмГНГУ. - 3-е изд., перераб. и доп. - Электрон.текстовые дан. - М. :Юрайт	2011	У	Л,Пр	1 http://elib.tsoгу.ru	15	100	БИК	+

	Логистика [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Экономика" / А. М. Гаджинский. - 20-е изд. - М. : Дашков и К°	2012	У	Л,П р	25	15	100	БИК	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------	---	----------	----	----	-----	-----	--

Зав. кафедрой менеджмента в отраслях ТЭК  В.В.Пленкина

Директор БИК  Д. Х. Каюкова



ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

дополнения и изменения к комплекту КОС

на _____ учебный год

Дополнения и изменения к комплекту КОС на _____ учебный год
по дисциплине «_____»

В комплект КОС внесены следующие изменения:

Дополнения и изменения в комплекте КОС обсуждены на заседании кафедры

Протокол «_____» _____ 20____ г. №_____

Зав. кафедрой _____
(подпись) (ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой _____
(подпись) (ФИО)

«_____» _____ 20____ г. (протокол №_____)