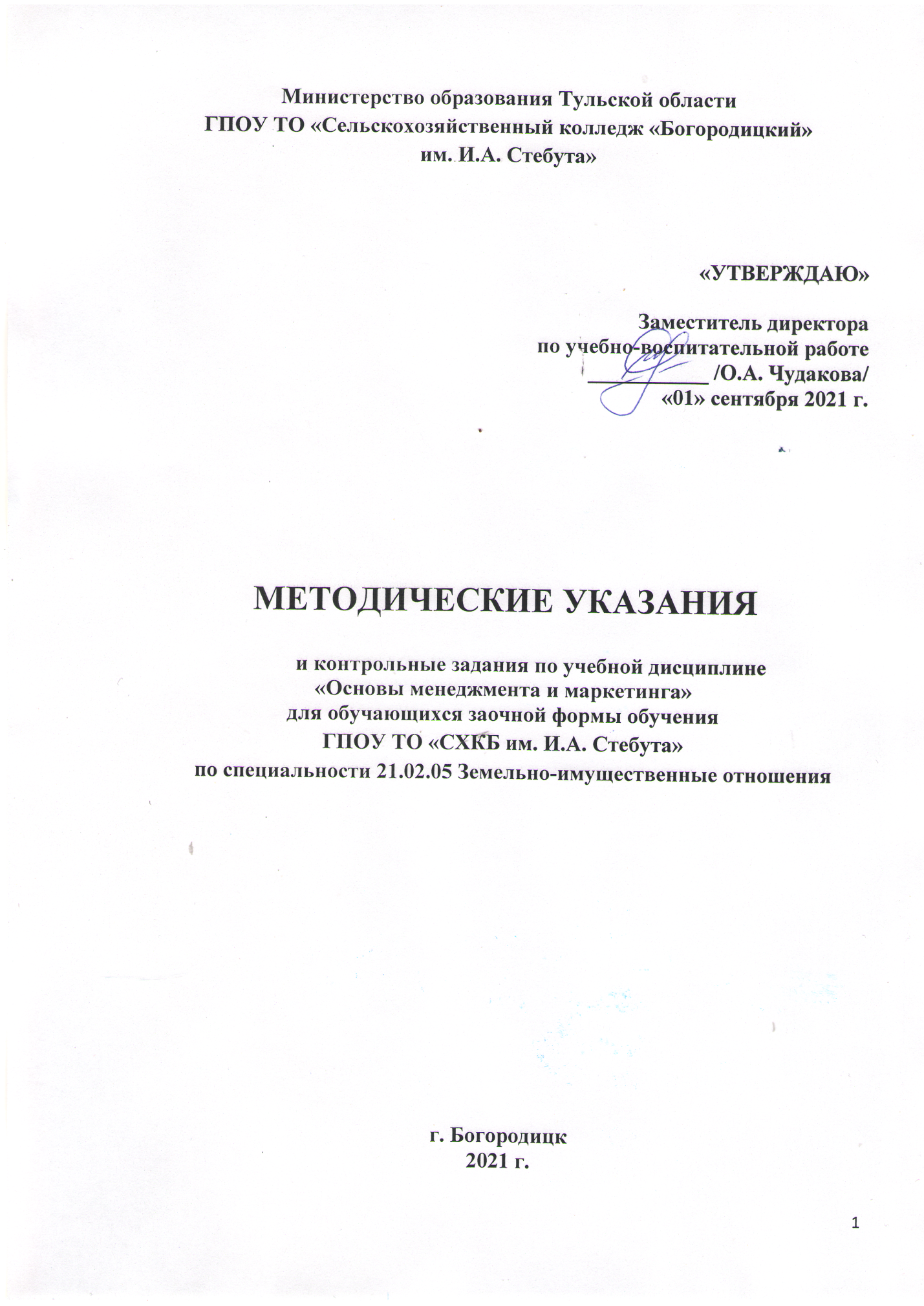
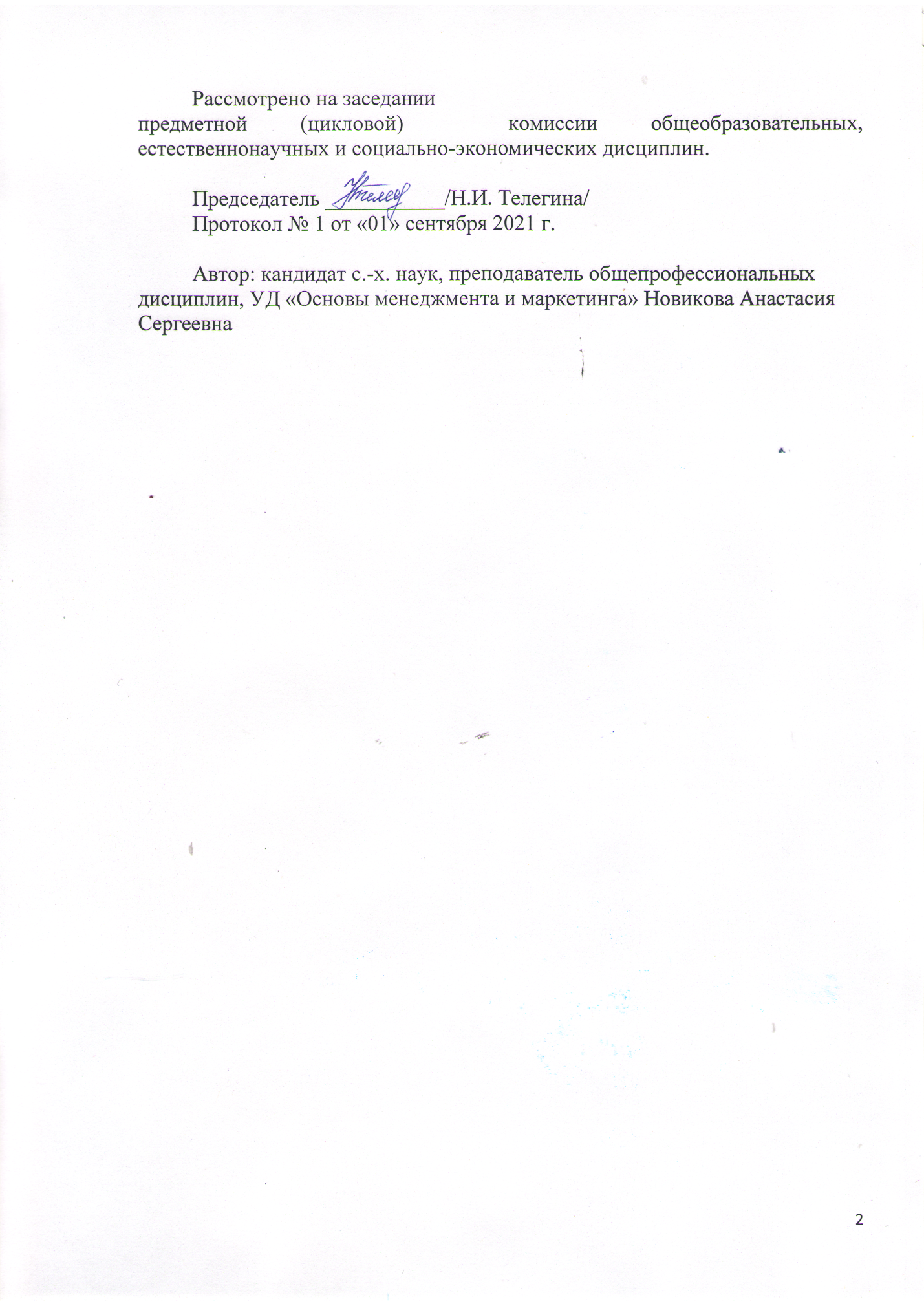
****

****

**1.1. Введение**

Методические указания составлены на основе рабочей программы учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга», которая является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения. Целью методических указаний является реализация Федеральных государственных образовательных стандартов по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения (базовая подготовка) заочной формы обучения.

**1.2. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины**

Формирование профессиональных и общих компетенций:

Формирование профессиональных компетенций:

ПК 1.2. Подготавливать документацию, необходимую для принятия управленческих решений по эксплуатации и развитию территорий.

ПК 2.2. Определять кадастровую стоимость земель.

ПК 4.4. Рассчитывать сметную стоимость зданий и сооружений в соответствии с действующими нормативами и применяемыми методиками.

Формирование общих компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.

ОК 3. Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 5. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 8. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

* планировать и организовывать работу подразделения;
* формировать организационные структуры подразделения;
* разрабатывать мотивационную политику организации;
* применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
* принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
* учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно- имущественных отношениях;
* анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;
* определять стратегию и тактику относительно ценообразования.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

* сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
* особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);
* внешнюю и внутреннюю среду организации;
* цикл менеджмента;
* процесс принятия и реализации управленческих решений;
* функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
* систему методов управления;
* методику принятия решений;
* стили управления, коммуникации, деловое общение;
* сущность и функции маркетинга;
* конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

Основная форма изучения предмета – самостоятельная работа обучающихся над рекомендуемой литературой, в соответствии с методическими указаниями.

В процессе изучениядисциплины обучающиеся заочного отделения должны выполнить одну домашнюю контрольную работу по заданному варианту.

Оформленная и подписанная обучающимися контрольная работа предоставляется в образовательное учреждение на рецензирование в сроки, предусмотренные графиком учебного процесса (не позднее 10 дней до начала сессии).

**1.3. Рекомендации по выполнению и оформлению контрольной работы**

Контрольная работа составлена в 10 вариантах. Номер варианта следует выбирать в соответствии с последней цифрой. Например, если шифр 6119, то обучающийся выполняет вариант № 9.

При выполнении контрольной работы надо строго придерживаться указанных ниже правил. Работа, выполненная без соблюдения этих правилне засчитывается и возвращается обучающемуся для переработки.

Контрольная работа должна соответствовать структуре:

- Титульный лист (Приложение 1);

- Вопросы (задания) в соответствии с вариантом (необходимо записать Вопрос № 1..) – ответы;

- Список использованной литературы.

Контрольная работа может быть выполнена рукописным или компьютерным способом.

Рукописный способ: контрольную работу следует выполнять в отдельной тетради чернилами синего цвета, оставляя поля шириной 3-4 см, для замечаний рецензента. На обложке тетради должен быть приклеен титульный лист, утверждённого образца (Приложение 1).

Работа должна быть выполнена аккуратно и разборчива без сокращений. Каждый вопрос следует начинать с новой страницы. Необходимо сначала записать вопрос, подчеркнуть, а затем дать полный ответ. Объём текста в ученической тетради не должен превышать 18листов, но раскрывать содержание всех поставленных вопросов.

Контрольная работа, выполненная на компьютере, должна быть напечатана на стандартном листе писчей бумаги, формата А4 с соблюдением следующих требований:

- поля: левое 3см, правое 1,5, верхнее 2см,нижнее 2см;

- гарнитурашрифтаTimesNewRoman;

- размер шрифта: для основного текста 14 пт, для сносок – 10пт.

- межстрочный интервал – 1,5;

- отступ первой строки - 1,25;

- выравнивание текста - по ширине.

Страницы нумеруются арабскими цифрами в правом нижнем углу страницы. Титульный лист включается в общую нумерацию, но номер на листе не ставится. Объем работы не должен превышать 15 печатных листов, но раскрывать содержание всех поставленных вопросов.

**1.4. Содержание учебной дисциплины**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **1** | **2** | | **3** | **4** |
| **Часть 1. Основы менеджмента** | | |  |  |
| **Раздел 1.**  **Общая характеристика менеджмента** |  | | 13 |  |
| **Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития** | Содержание учебного материала | | 4 |  |
| 1 | Понятие менеджмента, его содержание. Уровни менеджера. | 2 |
| 2 | Содержание и основные положения школ менеджмента. Современные подходы в менеджменте, их сущность и основные отличия. Модели менеджмента. | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятий | | 2 |  |
| **Тема 1.2.**  **Цикл менеджмента** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Цикл менеджмента, основные функции цикла. | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятия | | 2 |  |
| **Тема 1.3. Принципы и методы управления** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Основные принципы и методы управления. | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятия | | 1 |  |
| **Раздел 2. Функции менеджмента в рыночной экономике** |  | | 25 |
| **Тема 2.1. Организация как объект менеджмента. Внутренняя и внешняя среда организации** | Содержание учебного материала | | 4 |  |
| 1 | Понятие организации. Основные признаки организаций. Классификация организаций. Классификация организационно-правовых форм организаций. |  |
| 2 | Содержание внутренней и внешней среды организации. |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Выполнение индивидуальных заданий | | 2 |  |
| **Тема 2.2.**  **Типы организационных структур** | Содержание учебного материала | | 4 |
| 1 | Основные принципы построения организационных структур. Типы структур управления. Достоинства и недостатки организационных структур управления. | 2 |
| 2 | Понятие полномочий и их делегирование, ответственность. Достоинства и недостатки централизации и децентрализации. |
| Практические занятия | | 2 |  |
| 1 | Практическое занятие № 1.Построение организационной производственной структуры предприятия. |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Оформление и подготовка к защите практической работы. | | 4 |
| **Тема 2.3. Планирование в системе менеджмента** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Планирование как функция управления. Роль планирования в организации. Принципы планирования. Виды планов. | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Выполнение индивидуальных заданий | | 2 |  |
| **Тема 2.4. Мотивация как функция управления** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Потребности и мотивы человека. Мотивация как функция управления. Методы и приемы мотивации. |  |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятия | | 2 |  |
| **Тема 2.5.**  **Контроль и его виды** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Сущность, виды и этапы контроля. | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятия | | 1 |  |
| **Раздел 3. Методика принятия решений** |  | | 8 |
| **Тема 3.1. Принятие управленческих решений** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Сущность и классификация управленческих решений. Содержание основных этапов принятия и реализации управленческого решения. | 2 |
| Практические занятия | | 2 |  |
| 1 | Практическое занятие № 2. Принятие управленческих решений |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятия | | 1 |
| **Тема 3.2.**  **Методы принятия решений** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Методы принятия управленческих решений. | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятия | | 1 |  |
| **Раздел 4. Социально-психологические аспекты менеджмента** |  | | 19 |
| **Тема 4.1. Психология менеджмента** | Содержание учебного материала | | 2 |  |
| 1 | Понятие о психике и личности.  Индивидуально-типологические особенности личности. Формальные и неформальные группы. Социально-психологический климат в коллективе. Понятие имиджа, его составные компоненты. | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятия | | 1 |  |
| **Тема 4.2. Коммуникации и деловое общение** | Содержание учебного материала | | 4 |
| 1 | Понятие коммуникации. Информация и ее виды. | 2 |
| 2 | Правила ведения бесед, совещаний. Планирование проведения данных мероприятий. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров. Фазы делового общения. | 2 |
| Практические занятия | | 2 |  |
| 1 | Практическое занятие № 3. Составить модель деловых переговоров с воображаемым собеседником. |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Оформление и подготовка к защите практической работы. | | 4 |
| **Тема 4.3.**  **Стили руководства в управлении** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Особенности авторитарного стиля управления. Особенности демократического стиля управления.  Особенности либерального стиля управления.  Плюсы и минусы каждого из них. Основные типы руководителей. | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятий | | 1 |  |
| **Тема 4.4.**  **Особенности менеджмента в земельно-имущественных отношениях** | Содержание учебного материала | | 2 |  |
| 1 | Менеджмент в земельно-имущественных отношениях и его особенности: организационные, управленческие, социально-психологические и др. | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятия | | 1 |  |
| **Часть 2. Основы маркетинга** | | |  |
| **Раздел 5. Теоретические аспекты маркетинга** |  | | 53 |
| **Тема 5.1. Содержание и сущность маркетинга. Маркетинговые исследования** | Содержание учебного материала | | 8 |
| 1 | Понятие «маркетинг». История возникновения маркетинга. Цели, задачи, функции и принципы маркетинговой деятельности. Основные виды маркетинга Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка. | 2 |
| 2 | Маркетинговые исследования и их виды. Схема маркетинговых исследований. Коррекция и оптимизация результатов. | 2 |
| 3 | Маркетинговая информация: назначение, источники. Классификация маркетинговой информации. |
| 4 | Методы маркетинговых исследований. Организация и направления маркетинговых исследований. |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятий | | 1 |  |
| **Тема 5.2.**  **Рынок как экономическая основа маркетинга. Сегментация рынка** | Содержание учебного материала | | 4 |
| 1 | Рынок как экономическая основа маркетинга. Рынок недвижимости. Критерии сегментации рынка. Назначение сегментирования. Критерии выбора сегмента рынка. |  |
| 2 | Позиционирование товара, условия правильного позиционирования. Стратегия ориентации на потребителя. |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Выполнение индивидуальных заданий | | 3 |  |
| **Тема 5.3.**  **Субъекты и объекты маркетинга в области земельно-имущественных отношений** | Содержание учебного материала | | 4 |
| 1 | Субъекты маркетинговой деятельности. Субъекты рынка недвижимости. Службы и отделы маркетинга в профессиональной деятельности. Потребители, классификация потребителей по разным признакам. Объекты: нужда, спрос, потребность. Их общность и различия. Объекты рынка недвижимости. | 2 |
| 2 | Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса. |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятий | | 1 |  |
| **Тема 5.4. Окружающая и конкурентная среда маркетинга** | Содержание учебного материала | | 4 |
| 1 | Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Конъюнктура рынка. | 2 |
| 2 | Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товара, конкурентные преимущества. Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства. Конкурентоспособность организаций и  товаров. |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Выполнение индивидуальных заданий | | 2 |  |
| **Тема 5.5.**  **Товар и товарная политика** | Содержание учебного материала | | 4 |
| 1 | Маркетинговое понятие товара. Общая характеристика товара. Товары потребительского и производственного назначения. Три группы товаров личного пользования: изделия длительного пользования, краткосрочного пользования и услуги. | 2 |
| 2 | Жизненный цикл товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе.  Разработка новых товаров. Товарный знак и его значение. Формирование ассортимента объектов недвижимости. |
| Практические занятия | | 2 |  |
| 1 | Практическое занятие № 4. Жизненный цикл товара и маркетинговые мероприятия. |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Оформление и подготовка к защите практической работы. | | 2 |
| **Тема 5.6.**  **Цена и ценовая политика** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Рыночный механизм ценообразования. Функции и классификация цен. Способы и стратегия ценообразования. Факторы, влияющие на уровень цен. Ценовая и неценовая   конкуренция.   Особенности   формирования свободных розничных цен на рынке недвижимости. | 2 |
| Практические занятия | | 2 |  |
| 1 | Практическое занятие № 5. Разработка ценовой политики предприятия. |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Оформление и подготовка к защите практической работы. | | 1 |
| **Тема 5.7.**  **Сбытовая политика** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Основные понятия: сбыт, распределение товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, их виды, функции, уровни, их возможности.  Торговые посредники: виды и типы. Факторы, влияющие на выбор посредника. | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Проработка конспекта занятия | | 2 |  |
| **Тема 5.8.**  **Реклама** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. Требования к рекламе. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации.   Выбор видов и носителей рекламы. Организация рекламной компании. Эффективность рекламы разных видов. | 2 |
| Практические занятия | | 2 |  |
| 1 | Практическое занятие № 6. Составление рекламы по продаже недвижимости |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Оформление и подготовка к защите практической работы. | | 2 |
| **Тема 5.9. Конъюнктура рынка недвижимости** | Содержание учебного материала | | 2 |
| 1 | Конъюнктура рынка недвижимости. Динамика спроса и предложения на рынке недвижимости с учетом долгосрочных и краткосрочных перспектив. | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся:  Выполнение индивидуальных заданий | | 1 |  |
| Всего: | | | 120 |  |

**1.5. Варианты контрольной работы**

**Вариант 1**

1. Контроль как функция менеджмента. Понятие, виды, формы контроля.
2. Преграды в межличностных и организационных коммуникациях. Пути совершенствования системы коммуникаций.
3. Государственная поддержка малого предпринимательства.
4. Система стимулирования сбыта, ее характеристика.

**Вариант 2**

1. Мотивация, как функция менеджмента.
2. Методы управления конфликтами. Последствия конфликтов.
3. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества.
4. Основные задачи рекламы. Значение и требования к рекламе.

**Вариант 3**

1. Мотивация: понятие, сущность.
2. Коммуникации: понятие, сущность, виды и их роль в управлении организацией.
3. Понятие и виды конкуренции.
4. Классификация рекламы и ее характеристика. Достоинства и недостатки отдельных средств рекламы.

**Вариант 4**

1. Типы организационных структур и их характеристика.
2. Конфликт: понятие, сущность, структура.
3. Субъекты: потребители. Классификация потребителей по различным принципам, их характеристика
4. Каналы товародвижения товара.

**Вариант 5**

1. Факторы, влияющие на принятие решений в организации.
2. Причины и типы конфликтов в организации.
3. Виды спроса их характеристика. Задачи маркетинга при каждом виде спроса.
4. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними.

**Вариант 6**

1. Виды и технология принятия управленческих решений.
2. Организационная культура: понятие, структура, содержание.
3. Классификация потребностей. Факторы влияющие на потребности потребителей.
4. Особенности формирования свободных розничных цен на рынке недвижимости

**Вариант 7**

1. Внутренняя среда организации.
2. Развитие организационной культуры: формирование, поддержание, изменение.
3. Эффективность рекламы разных видов.
4. Классификация цен на товары, их характеристика.

**Вариант 8**

1. Внешняя среда организации.
2. Влияние культуры на организационную эффективность.
3. Субъекты и объекты маркетинга в земельно-имущественных отношениях, их характеристика.
4. Классификация цен на товары, их характеристика.

**Вариант 9**

1. Стратегическое планирование: понятие, сущность, функции.
2. Содержание понятия лидерства в управлении организацией. Лидер и менеджер.
3. Понятие рынок. Структурные элементы рынка и конъюнктура рынка.
4. Элементы маркетинговой деятельности на различных стадиях жизненного цикла товара.

**Вариант 10**

1. Процесс, принципы, технология и функции управления на предприятии.
2. Процесс контроля. Характеристики эффективного контроля.
3. Сегментирование рынка, критерии сегментирования. Значение и условия сегментирования.
4. Конъюнктура рынка недвижимости.

**1.6. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы Интернет-ресурсов**

Основные источники:

1. КнышеваЕ.Н. Менеджмент. - М.: «Форум» - ИНФРА – М, 2016.
2. КнышеваЕ.Н. Маркетинг. - М.: «Форум» - ИНФРА – М, 2016.

Дополнительные источники:

1. Алексунин В.И. Маркетинг. М., «Дашков и К», 2008

2. Косьмин А.Д., Свинтицкий Н.В., Косьмина Е.А.. Менеджмент. – М.: Академия, 2014.

3. Кошкин Л.И., Соловьев М.М., Кимельман С.А. Земельно-имущественные отношения и недропользование. Основы управления. ВШПП, 2013

4. Прошкина Т.П. Менеджмент. Учебное пособие для СПО, М., Феникс, 2012

5. Райченко А.В. Менеджмент. М., Форум, 20136.

Интернет-ресурсы:

1. <http://new.z-pdf.ru/33psihologiya/596628-1-v-suhov-osnovi-menedzhmenta-marketinga-zemelnoimuschestvennih-otnosheniyah-uchebnik-rek.php>
2. <https://cyberpedia.su/16x15c42.html>
3. <https://poisk-ru.ru/s13790t8.html>
4. <https://multiurok.ru/files/kompliekt-liektsii-po-distsiplinie-osnovy-mieniedz.html>
5. <http://pmanag.samgtu.ru/sites/pmanag.samgtu.ru/files/menedzhment_i_marketing.pdf>
6. <https://www.bgsha.com/ru/faculties/mich_branch/New_Site/Biblioteka/Elektro/19.02.10/Econm/Основы%20экономики,%20менеджмента...%20учеб%20пособ.pdf>
7. <http://window.edu.ru/resource/664/78664/files/balakhonova.pdf>

**1.7. Критерии оценивания письменных контрольных работ**

|  |  |
| --- | --- |
| Оценка | Критерии |
| 5  (отлично) | работа выполнена полностью;  в логических рассуждениях и обоснованиях нет пробелов и ошибок;  в решении нет математических ошибок (возможна одна неточность, описка, не являющаяся следствием незнания или непонимания учебного материала);  работа оформлена в соответствии с требованиями |
| 4  (хорошо) | работа выполнена полностью, но обоснования шагов решения недостаточны (если умения обосновывать рассуждения не являлись специальным объектом проверки);  допущена одна ошибка или два-три недочета в выкладках, чертежах или графиках (если эти виды работы не являлись специальным объектом проверки);  незначительные ошибки в оформлении |
| 3  (удовлетворительно) | допущены более одной ошибки или более двух- трех недочетов в выкладках, чертежах или графика, но обучающийся владеет обязательными умениями по проверяемой теме;  значительные ошибки в оформлении |
| 2 (неудовлетворительно) | допущены существенные ошибки, показавшие, что обучающийся не владеет обязательными знаниями по данной теме в полной мере;  работа показала полное отсутствие у обучающегося обязательных знаний, умений по проверяемой теме или значительная часть работы выполнена не самостоятельно;  не соответствует требованиям по оформлению |

Приложение 1

**Образец титульного листа контрольной работы**

ГПОУ ТО «Сельскохозяйственный колледж «Богородицкий»

имени И.А. Стебута»

Контрольная работа № \_\_ вариант \_\_

по дисциплине \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(наименование дисциплины)*

Ф.И.О. обучающегося (ющейся) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Курс \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ группа \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ форма обучения \_\_\_\_\_\_\_\_ шифр \_\_\_\_\_\_

Программа подготовки специалистов среднего звена

Специальность \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(код) (наименование специальности)*

Обратный адрес обучающегося \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата поступления работы в колледж «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Дата проверки работы «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Оценка \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_