

3+

400

3+

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

Гуманитарный факультет

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
д-р техн. наук, проф.

Н. В. Лобов
2017 г.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинг персонала»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Программа прикладного бакалавриата

Направление 38.03.03 «Управление персоналом»

Профиль программы бакалавриата

Управление персоналом организации

Квалификация выпускника:

Бакалавр

Выпускающая кафедра:

«Менеджмент и маркетинг»

Форма обучения:

Очная

Курс: 2

Семестр(ы): 4

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану:	4 ЗЕ
Часов по рабочему учебному плану:	<u>144</u> ч

Виды контроля:

Диф.зачёт: 4

Курсовая работа: -

Пермь 2017

Учебно-методический комплекс дисциплины «Маркетинг персонала» разработан на основании:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «14» декабря 2015 г. номер приказа «1461» по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» (уровень бакалавриата);
- компетентностной модели выпускника ОПОП по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» по профилю подготовки «Управление персоналом организации», утвержденной «24» июня 2013 г. с изменениями в связи с переходом на ФГОС ВО;
- базового учебного плана очной формы обучения по направлению подготовки 38.03.03 «Управление персоналом» по профилю подготовки «Управление персоналом организации», утвержденного «28» апреля 2016 г.

Рабочая программа согласована с рабочими программами дисциплин, участвующих в формировании компетенций совместно с данной дисциплиной: Рынок труда, Стратегический менеджмент.

Разработчик: канд. экон. наук, доцент

Рецензент: д-р филос. наук, проф.



Е.А. Байдина

С.В. Комаров

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг» «08» февраля 2017 г., протокол № 11.

Заведующий кафедрой,
ведущей дисциплину
д-р экон. наук, проф.



А.В. Молодчик

Рабочая программа одобрена учебно-методической комиссией Гуманитарного факультета «13» февраля 2017 г., протокол № 12.

Председатель учебно-методической комиссии
д-р соц. наук, проф.



В.Н. Стегний

СОГЛАСОВАНО

Начальник управления образовательных программ, канд. техн. наук, доц.



Д. С. Репецкий

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины:

- дать студентам представление о современных подходах к управлению формированием и развитием персонала организации на основе маркетингового подхода;
- обеспечить овладение методиками и инструментарием маркетинга персонала для формирования бренда организации как предпочтительного работодателя, а также разработки стратегий привлечения и удержания персонала.

В процессе изучения данной дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

- знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинг персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике (ПК-02);
- владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике (ПК-16).

1.2. Задачи дисциплины:

• формирование знаний

знать сущность и функции маркетинга персонала; основные маркетинговые инструменты комплекса маркетинга «4Р»;

• формирование умений

уметь оценивать конкурентоспособность организации как работодателя;

• формирование навыков

постановки задач для проведения маркетинговых исследований рынков труда и персонала организации и владение методикой формирования имиджа организации как привлекательного работодателя.

1.3. Предметом освоения дисциплины являются следующие объекты:

- внешний и внутренний рынки труда;
- персонал как субъект внутреннего рынка труда;
- комплекс маркетинга персонала;
- позиционирование организации как работодателя;
- процесс формирования привлекательного имиджа работодателя на внешнем и внутреннем рынках труда.

1.4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг персонала» относится к *вариативной* части Блок 1 при освоении ООП по бакалаврской программе 38.03.03 «Управление персоналом».

В таблице 1.1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций, заявленных в пункте 1.1.

Таблица 1.1. Дисциплины, направленные на формирование компетенций

Код	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Профессиональные компетенции			
ПК-02	знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинг персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Б1.Б.11 Рынок труда Б1.Б.13 Стратегический менеджмент	
ПК-16	владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике	Б1.Б.11 Рынок труда Б1.Б.13 Стратегический менеджмент	

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Учебная дисциплина обеспечивает формирование части компетенций ПК-02 и ПК-16

2.1. Дисциплинарная карта компетенции ПК-02

Код ПК-02	Формулировка компетенции: знание основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинг персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике
Код Б1.Б.17 ПК-02	Формулировка дисциплинарной части компетенции: Знание комплекса маркетинга персонала, умение проводить сегментирование рынков труда организации, владение навыками постановки задач для проведения маркетинговых исследований рынков труда и персонала организации, методикой формирования имиджа организации как привлекательного работодателя

Требования к компонентному составу части компетенции

Перечень компонентов:	Виды учебной работы:	Средства оценки:
В результате освоения компетенции студент Знает: - основные функции маркетинга персонала; - содержание комплекса маркетинга персонала; - критерии сегментирования рынков труда.	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа по изучению теоретического материала Подготовка к дифференцированному зачету	Теоретический опрос, контрольная работа

Умеет: - проводить сегментирование рынков труда организации. Владеет: - навыками постановки задач для проведения маркетинговых исследований рынков труда; - методикой формирования имиджа организации как привлекательного работодателя.	Практические занятия Проектная работа по решению кейсов Самостоятельная работа по изучению теоретического материала Подготовка к дифференцированному зачету Практические занятия Проектная работа по решению кейсов Самостоятельная работа по изучению теоретического материала Подготовка к дифференцированному зачету	Решение и защита кейсов, контрольная работа Решение и защита кейсов, дифференцированный зачет
---	---	---

2.2. Дисциплинарная карта компетенции ПК-16

Код ПК-16	Формулировка компетенции: владение навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умением применять их на практике
-----------------------------	--

Код Б1.Б.17 ПК-16	Формулировка дисциплинарной части компетенции: владением навыками оценки и анализа конкурентоспособность организации как работодателя
-------------------------------------	---

Требования к компонентному составу части компетенции

Перечень компонентов:	Виды учебной работы:	Средства оценки:
В результате освоения компетенции студент Знает: - сущность понятия конкурентоспособность организации; - параметры конкурентоспособности организации на рынке труда. Умеет: - оценивать конкурентоспособность организации как работодателя. Владеет: - навыками анализа конкурентоспособность организации как работодателя	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа по изучению теоретического материала Подготовка к дифференцированному зачету Практические занятия Проектная работа по решению кейсов Самостоятельная работа по изучению теоретического материала Подготовка к дифференцированному зачету Практические занятия Проектная работа по решению кейсов Самостоятельная работа	Теоретический опрос, контрольная работа Решение и защита кейсов, контрольная работа Решение и защита кейсов, дифференцированный зачет

	по изучению теоретического материала Подготовка к дифференцированному зачету	
--	---	--

3. Структура учебной дисциплины по видам и формам учебной работы

Объём дисциплины в зачетных единицах составляет 4 ЗЕ. Количество часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся указано в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Объём и виды учебной работы

№ п.п.	Виды учебной работы	Трудоёмкость	
		4 семестр	всего
1	2	3	4
1	Аудиторная (контактная) работа / в том числе в интерактивной форме	50/14	50/14
	Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме	14/ 4	14 / 4
	Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме	36/ 10	36/ 10
	Лабораторные работы (ЛР)	-	-
2	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
3	Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90
	Изучение теоретического материала	50	54
	Выполнение заданий по разбору кейсов	40	40
4	Итоговый контроль (промежуточная аттестация обучающихся) по дисциплине: <i>зачет</i>	0	0
5	Трудоёмкость дисциплины Всего: в часах (ч) в зачётных единицах (ЗЕ)	144 4	144 4

4. Содержание учебной дисциплины

4.1. Модульный тематический план

Таблица 4.1. Тематический план по модулям учебной дисциплины

Номер учеб- ного мо- дуля	Номер раз- дела дисци- пли- ны	Номер темы дисцип- лины	Количество часов и виды занятий (очная форма обучения)							Итого- вый кон- троль	Трудо- ёмкость, ч / ЗЕ
			аудиторная работа					КСР	само- стоя- тель- ная работа		
			всего	Л	ПЗ	ЛР	атте- ста- ция				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11
1	1	1	9	3	6				15		24
		2	8	2	6				15		23
		3	8	2	6				15		23
	Всего по модулю:		25	7	18	0	0	2	45		72/2
2	2	4	9	3	6				15		24
		5	8	2	6				15		23
		6	8	2	6				15		23
	Всего по модулю:		25	7	18	0	0	2	45		72/2
Промежуточная аттеста- ция										0	0/0
Итого:			50	14	36	0	0	4	90	0	144

4.2. Содержание разделов и тем учебной дисциплины

Модуль 1. Содержание маркетинга персонала компании

Раздел 1. Содержание маркетинга персонала компании. Сегментирование рынков труда. Конкурентоспособность компании как работодателя

Л – 7 ч, ПЗ – 18 ч, ЛР - нет, СРС – 45 ч., КСР -2 ч.

Тема 1. Содержание маркетинговой деятельности в области управления персоналом

Цели, задачи и содержание дисциплины. Основы современной маркетинговой деятельности компаний. Задачи маркетинговой деятельности. Традиционный комплекс маркетинга (концепция «4Р»), составляющие элементы комплекса маркетинга персонала. Суть маркетинговой деятельности в области управления персоналом, цели маркетинга персонала. Факторы, влияющие на эффективность маркетинговой деятельности в области управления персоналом. Виды стратегий маркетинга персонала компании.

Тема 2. Сегментирование внешнего и внутреннего рынков труда организации

Сегментирование рынка: понятие и методы. Целевой сегмент. Оценка привлекательности сегментов рынка. Рынок труда: внешний и внутренний. Анализ конъюнктуры рынка труда и методы прогнозирования. Критерии сегментирования внешнего и внутреннего рынков труда. Оценка конъюнктуры рынков труда.

Тема 3. Конкурентоспособность организации как работодателя

Понятие и значение конкурентоспособности организации. Понятие конкурентоспособности организации в области управления персоналом. Параметры конкурентоспособности организации на рынке труда. Оценка и анализ конкурентоспособности организации как работодателя (многоугольник конкурентоспособности).

Модуль 2. Проведение исследований в области управления персоналом. Имидж компании как привлекательного работодателя

Раздел 3. Проведение исследований в области управления персоналом. Имидж компании как привлекательного работодателя

Л – 7 ч, ПЗ – 18 ч, ЛР - нет, СРС – 45 ч., КСР -2 ч.

Тема 4. Постановка задач в маркетинговых исследованиях в сфере управления персоналом

Понятие, сущность, роль маркетинговых исследований. Этапы реализации маркетинговых исследований. Понятие цели, задач, объекта и предмета, а также методы и гипотезы. Качественные и количественные методы поиска информации в исследованиях.

Тема 5. Методы проведения маркетинговых исследований. Предмет исследований в области управления персоналом

Качественные и количественные методы поиска информации маркетинговых и в исследованиях. Глубинное интервью, фокус-группа, опрос, кабинетное исследование, тайный покупатель, экспертные оценки. Исследование лояльности персонала к компании, его удовлетворенности, привлекательности работодателя, его бренда.

Тема 6. Имидж организации как привлекательного работодателя

Сущность понятия имиджа организации. Факторы, формирующие положительный имидж работодателя. Этапы формирования имиджа работодателя. Понятие маркетинговых коммуникаций. Классификация маркетинговых коммуникаций. Цели коммуникаций: привлечение персонала, удержание персонала. Место и роль коммуникаций в реализации функций маркетинга. Внешние и внутренние (корпоративные) маркетинговые коммуникации, используемые в области управления персоналом и формирования имиджа компании. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций.

4.3. Перечень тем практических занятий

Таблица 4.2. Темы практических занятий

№ п.п.	Номер темы дисциплины	Наименование темы практического занятия
1	Тема 1	Анализ комплекса маркетинга персонала компании
2	Тема 2	Сегментирование внешнего и внутреннего рынков труда
3	Тема 3	Оценка и анализ конкурентоспособности организации как работодателя
4	Тема 4	Постановка задач для проведения маркетинговых исследований рынка труда
5	Тема 5	Анализ спроса и предложения на рынках труда
6	Тема 6	Формирование привлекательного имиджа работодателя

4.4. Перечень тем лабораторных работ

Не предусмотрены

5. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра, график изучения дисциплины приводится п.7.
5. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

5.1 Виды самостоятельной работы студентов

Таблица 5.1 – Виды самостоятельной работы студентов (СРС)

Номер темы дисциплины	Вид самостоятельной работы студентов	Трудоёмкость, часов
1	2	3
1	<i>Изучение теоретического материала:</i> Изучение истории развития маркетинга персонала.	5
	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> Изучение публикаций по маркетингу персонала известных компаний	5
2	<i>Изучение теоретического материала:</i> Методы проведения сегментирования рынков.	8
	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> Изучение опыта реализации сегментирования рынков современными компаниями в России и за рубежом	8
3	<i>Изучение теоретического материала:</i> Природа возникновения конкуренции. Значение конкуренции в деятельности современных компаний. Виды конкурентных стратегий.	8
	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> Изучение публикаций по оценке конкурентоспособности компании-работодателя в России и за рубежом	8
4	<i>Изучение теоретического материала:</i> Взаимодействие со сторонними организациями (исполнителями) при проведении маркетинговых исследований.	8
	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> Изучение методик прогнозирования спроса и предложения на рынке	8
5	<i>Изучение теоретического материала:</i> Факторы выбора методов сбора информации при проведении маркетинговых исследований	8
	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> Определение цели и задач маркетингового исследования в ситуации большой текучести кадров в организации	8

Номер темы дисциплины	Вид самостоятельной работы студентов	Трудоёмкость, часов
6	<i>Изучение теоретического материала:</i> Выявление популярных маркетинговых коммуникаций в сфере управления персоналом.	8
	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> Изучение опыта формирования имиджа компании как привлекательного работодателя России и за рубежом	8
	<i>Итого:</i> <i>в ч / в ЗЕ</i>	90 / 2,5

5.2. Перечень тем курсовых работ

Не предусмотрены.

5.3. Перечень тем эссе

Не предусмотрены.

5.4. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

- Лекция – дискуссия
- Разбор практических ситуаций, кейсов
- Круглый стол
- Командная работа

6. Фонд оценочных средств дисциплины

6.1 Текущий и промежуточный контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенций

Текущий и промежуточный контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенций проводится в форме оценки теоретических опросов на лекциях, решения и защиты кейсов на практических занятиях, рубежных контрольных работ.

6.2 Рубежный контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенций

Рубежный контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенций проводится по окончании разделов в следующей форме:

- Раздел 1 – Контрольная работа.
Раздел 2 – Контрольная работа.

6.3 Итоговый контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенций

Дифференцированный зачет. К дифференцированному зачету допускаются студенты, успешно прошедшие рубежный контроль. дифференцированный зачет по дисциплине проводится с использованием фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (разрабатывается отдельным документом).

Фонды оценочных средств, включающий типовые задания, контрольные работы и методы оценки, критерии оценивания, перечень контрольных точек, позволяющие оценить результаты освоения данной дисциплины, входит в состав УМКД в виде отдельного документа.

6.4 Виды текущего, рубежного и итогового контроля освоения компонентов и частей компетенций

Таблица 6.1. - Виды контроля освоения элементов и частей компетенций

Контролируемые результаты освоения дисциплины (ЗУВЫ)	Вид контроля		
	Текущий и промежуточный	Рубежный	Промежуточная аттестация
Усвоенные знания			
3.1 основные функции маркетинга персонала	ТО ₁	КР ₁	ТВ
3.2 содержание комплекса маркетинга персонала	ТО ₂	КР ₁	ТВ
3.3 критерии сегментирования внешнего и внутреннего рынков труда	ТО ₃	КР ₁	ТВ
3.4 сущность понятия конкурентоспособность организации	ТО ₄	КР ₂	ТВ
3.5 параметры конкурентоспособности организации на рынке труда	ТО ₅	КР ₂	ТВ
Освоенные умения			
У.1 проводить сегментирование рынков труда организации	К ₁	КР ₁	ПЗ
У.2 оценивать конкурентоспособность организации как работодателя	К ₂	КР ₂	ПЗ
Приобретенные владения			
В. 1 навыками постановки задач для проведения маркетинговых исследований рынков труда и персонала организации	К ₃		КЗ
В.2 методикой формирования имиджа организации как привлекательного работодателя	К ₃		КЗ
В.3 навыками анализа конкурентоспособности организации как работодателя	К ₂		КЗ

Условные обозначения:

ТО – теоретический опрос,
 КР – контрольная работа,
 К - решение и защита кейсов,
 ТВ – теоретический вопрос,
 ПЗ – практическое задание,
 КЗ – комплексное задание.

[illegible]

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1 Карта обеспеченности дисциплины учебно-методической литературой

Б1.Б.17 Маркетинг персонала	БЛОК 1. Дисциплины (модули)			
	☒	Обязательный цикл дисциплин	☐	базовая часть цикла
	☐	по выбору студента	☒	вариативная часть цикла

38.03.03	«Управление персоналом» профиль «Управление персоналом организации»		
-----------------	--	--	--

УП/ УПО	Уровень подготовки	☐ специалист ☒ бакалавр ☐ магистр	Форма обучения	☒ очная ☐ заочная ☐ очно-заочная
----------------	--------------------	---	----------------	--

<u>2017</u>	Семестр: 4	Количество групп	<u>1</u>
		Количество студентов	<u>15</u>

Е.А. Байдина	доцент
Гуманитарный факультет	
«Менеджмент и маркетинг»	2-198-551, mim@pstu.ru

8.2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

№	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпля- ров в библиотеке + кафедре; местонахож- дение электронных изданий
1	2	3
1. Основная литература		
1	Патласов О.Ю. Маркетинг персонала : учебник для вузов / О. Ю. Патласов. - Москва: Дашков и К, 2015, 2016. 383с.	6
2	Эсаулова И. А. Управление человеческими ресурсами : учебное пособие для вузов / И. А. Эсаулова. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2014.	5 + ЭБ
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Байдина Е. А. Маркетинговая деятельность в работе с персоналом : учебное пособие / Е. А. Байдина. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2017. 53 С .	ЭБ
2	Байдина Е. А. Основы маркетинга : учебное пособие / Е. А. Байдина. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2016. 147 С.	3
2.2. Периодические издания		
1	Кадровик – научно-практический журнал – М.: Панорама	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используются	
2.4. Официальные издания		
	Не используются	
2.5. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины		
1	Электронная библиотека Научной библиотеки Пермского национального исследовательского политехнического университета [Электронный ресурс : полнотекстовая база данных электрон. документов изданных в Изд-ве ПНИПУ]. – Электрон. дан. (1 912 записей). – Пермь, 2014- . – Режим доступа: http://elib.pstu.ru/ . – Загл. с экрана.	

Основные данные об обеспеченности на _____основная литература ☒ обеспечена ☐ не обеспеченадополнительная литература ☒ обеспечена ☐ не обеспеченаЗав. отделом комплектования
научной библиотеки

Н.В. Тюрикова

Текущие данные об обеспеченности на _____основная литература ☐ обеспечена ☐ не обеспеченадополнительная литература ☐ обеспечена ☐ не обеспеченаЗав. отделом комплектования
научной библиотеки

Н.В. Тюрикова

8.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.3.1. Перечень программного обеспечения, в том числе компьютерные обучающие и контролирующие программы

Таблица 8.1– Программы, используемые для обучения и контроля

№ п.п.	Вид учебного занятия	Наименование программного продукта	Рег. номер	Назначение
1	Л	PowerPoint		Презентационное сопровождение лекционного материала
2	ПЗ	PowerPoint		Представление результатов решения кейсов

8.4. Аудио- и видео-пособия

Таблица 8.2 – Используемые аудио- и видео-пособия

Вид аудио-, видео-пособия				Наименование учебного пособия
теле-фильм	кино-фильм	слайды	аудио-пособие	
1	2	3	4	5
		+		Курс лекций

9 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

9.1 Специализированные лаборатории и классы

Таблица 9.1 – Специализированные лаборатории и классы

№ п.п.	Помещения			Площадь, м ²	Количество посадочных мест
	Название	Принадлежность (кафедра)	Номер аудитории		
1	2	3	4	5	6
1	Лекционная аудитория (мультимедийный класс)	ГУМФ	509 к.А 512 к.А	80	40

9.2. Основное учебное оборудование

Таблица 9.2 – Учебное оборудование

№ п.п.	Наименование и марка оборудования (стенда, макета, плаката)	Кол-во, ед.	Форма приобретения / владения (собственность, оперативное управление, аренда и т.п.)	Номер аудитории
1	2	3	4	5
1	Плакаты по маркетингу персонала	1	оперативное управление	509 к.А 512 к.А

Лист регистрации изменений

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры. Подпись заведующего кафедрой
1	2	3
1		
2		
3		
4		