

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Факультет социальных наук

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол № 6 от 31.05.2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг персонала

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
38.03.03 - Управление персоналом

Направленность образовательной программы
Управление и развитие персонала организации

Форма обучения
очная

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.14 Маркетинг персонала относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-3: Способен разрешать стандартные проблемные ситуации в области обеспечения организации персоналом и управления им на основе корпоративной культуры, миссии организации и планов её деятельности	<p>ПК-3.1: Разрабатывает и оформляет документы для планирования, организации и проведения мероприятий по обеспечению организации персоналом, решает проблемы кадрового администрирования.</p> <p>ПК-3.2: Разрабатывает требования к должностям на основе анализа специфики труда.</p> <p>ПК-3.3: Выполняет работу по привлечению, подбору и отбору персонала с использованием научно-обоснованных методов и технологий, решает проблемы кадрового обеспечения.</p>	<p>ПК-3.1:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные показатели современного состояния экономики России - основные принципы и методы кадрового планирования и маркетинга персонала <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основы экономических знаний для обеспечения организации персоналом - планировать маркетинговые исследования персонала <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами отбора инструментальных средств для обработки экономической информации в соответствии с поставленными задачами обеспечения организации персоналом - навыками планирования и проведения маркетинговых исследований персонала <p>ПК-3.2:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы кадровой политики и кадрового планирования - методы разработки профессиограмм <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - собирать, анализировать и 	<p>Кейс-задача</p> <p>Практическое задание</p> <p>Тест</p> <p>Эссе</p>	<p>Экзамен:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		<p><i>структурировать информацию об особенностях и возможностях кадрового потенциала организации</i></p> <ul style="list-style-type: none">- составлять карты компетенций, должностные инструкции, положения о подразделениях <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- навыками применения на практике современных технологий управления персоналом, в т.ч. в сфере подбора и оценки персонала- навыками разработки соответствующих нормативных документов <p><i>ПК-3.3:</i></p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- принципы анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и оценки персонала- основные факторы, влияющие на формирование эффективной политики привлечения персонала <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- уметь разрабатывать стратегию привлечения персонала- применять на практике методы анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- инструментами и методами оценки эффективности действующей в организации системы найма и оценки персонала- технологиями совершенствования действующей в организации системы найма и оценки персонала		
--	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	3
Часов по учебному плану	108
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	16
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	16
- КСР	2
самостоятельная работа	38
Промежуточная аттестация	36 экзамен

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе				Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Всего	
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего		
о ф о	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о		
Тема 1. Потенциал маркетинговых технологий в управлении человеческими ресурсами	8	2	2	4	4	
Тема 2. Маркетинг персонала: подходы к определению, принципы, уровни и виды	8	2	2	4	4	
Тема 3. Технологии маркетинга персонала организации	10	2	2	4	6	
Тема 4. Оценка потребностей в персонале	8	2	2	4	4	
Тема 5. Методология исследований в сфере HR - маркетинга	8	2	2	4	4	
Тема 6. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	10	2	2	4	6	
Тема 7. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	8	2	2	4	4	
Тема 8. Развитие и оценка эффективности HR-бренда	10	2	2	4	6	
Аттестация	36					
КСР	2			2		
Итого	108	16	16	34	38	

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "нет".
- открытый онлайн-курс MOOC "нет".

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задача) для оценки сформированности компетенции ПК-3

1. На основе описанной в кейсе ситуации компании описать этапы работы и необходимые действия над HR-брендом компани
2. Разработать рекомендации для выстраивания системы внутреннего маркетинга персонала в ситуации, описанной в кейсе.

Критерии оценивания (оценочное средство - Кейс-задача)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Кейс-задача выполнена в соответствии с обозначенными критериями, даны верные ответы на все вопросы к кейсу.
не зачтено	В предложенном решении кейс-задачи присутствуют ошибки, даны ответы не на все вопросы к кейсу.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-3

1. Разработайте и опишите стратегию продвижения HR-бренда **производственной** компании для следующих категорий персонала:

- a) работающие студенты или выпускники ВУЗов;
- b) высококвалифицированные технические специалисты, работающие в настоящее время в конкурирующих компаниях
- c) представители топ-менеджмента

Важно учесть и описать источники сбора информации о ЦА, ценностное предложение, каналы коммуникации с ЦА и т.д.

2. Провести SWOT-анализ компании, описанной в кейсе, и предложить меры по оптимизации кадровой политики компании.

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	1. Полнота решения задания; 2. Степень творчества и самостоятельности в подходе к анализу задания и его решению; 3. Доказательность и убедительность. 4. Использование в решении задания изученного в рамках курса материала.

Оценка	Критерии оценивания
не зачтено	1. В решении задания даны ответы не на все вопросы; 2. Низкая степень самостоятельности в решении; 3. В решении задания не задействованы изученные концепции и методы.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-3

1. Кадровое планирование имеет уровни:

- а) стратегическое планирование
- б) тактическое планирование
- в) оперативное планирование
- г) *все выше перечисленное*

2. На рынке труда кандидат:

- а) продает свои знания и способности
- б) продает свою рабочую силу
- в) *продает результат своего труда*
- г) продает право на использование своего потенциала

3. Показатели эффективности HR-бренда:

- а) снижение текучести персонала
- б) снижение затрат на поиск и привлечение персонала
- в) уменьшение сроков закрытия вакансии
- г) *все вышеперечисленное*

4. Внешним фактором маркетинга персонала НЕ является:

- а) развитие законодательства
- б) *кадровый потенциал*
- в) ситуация на рынке
- г) развитие технологий

5. Результативность мероприятий, связанных с маркетингом персонала, определяется способами (возможны несколько вариантов):

- а) анализ привлекательности
- б) *аудит*
- в) *контроллинга маркетинга персонала*
- г) наблюдением

6. Основными составляющими маркетинга персонала НЕ являются:

- а) разработка требований к персоналу
- б) расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала
- в) выбор путей покрытия потребности в персонале
- г) профессиональная оценка персонала

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
отлично	81-99% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
очень хорошо	71-80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
хорошо	55-70% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
удовлетворительно	31-54% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
неудовлетворительно	21-30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
плохо	0-20% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Эссе) для оценки сформированности компетенции ПК-3

Темы эссе:

1. Особенности адаптации маркетинговых инструментов к рынку труда
2. Определение долгосрочных потребностей и возможностей в привлечении и изменении человеческих ресурсов, с учетом этапа жизненного цикла компании
3. Специфика позиционирования компании в определенном сегменте бизнеса
4. Интеграция HR-бренда в бизнес-процессы: целесообразность и сложности
5. Амбассадоры HR-бренда как один из современных трендов в HR-брендинге
6. Составные части имиджа организации и факторы его формирования
7. Использование инструментов геймификации в реализации внутреннего маркетинга персонала
8. Клиентоориентированность персонала как показатель эффективности маркетинга персонала
9. Как развитие информационного взаимодействия влияет на рынок труда?
10. Чем определяются в России тенденции рынка труда?

Критерии оценивания (оценочное средство - Эссе)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	1. Понятная ключевая идея эссе. 2. Краткость и ясность изложения. 3. Логичная, четкая структура. 4. Осмысленное использование теоретических понятий, терминов, обобщений. 5. Убедительная аргументация заявленной по проблеме позиции.
не зачтено	1. Непонимание сути рассматриваемой проблемы. 2. Отсутствие структурированности в изложении. 3. Небрежное оперирование данными. 4. Изложение других точек зрения, без ссылок на авторов этих идей и без высказывания собственной позиции

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации

5.3.1 Типовые задания, выносимые на промежуточную аттестацию:

Оценочное средство - Контрольные вопросы

Экзамен

Критерии оценивания (Контрольные вопросы - Экзамен)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»

Оценка	Критерии оценивания
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

Типовые задания (Контрольные вопросы - Экзамен) для оценки сформированности компетенции ПК-3 (Способен разрешать стандартные проблемные ситуации в области обеспечения организации персоналом и управления им на основе корпоративной культуры, миссии организации и планов её деятельности)

1. Маркетинг персонала и его цели
2. Уровни маркетинга персонала: стратегический и оперативный
3. Внутренний и внешний маркетинг персонала
4. Маркетинговые исследования рынка труда
5. Анализ конкурентов на рынке труда
6. Маркетинговая стратегия по управлению персоналом: процесс выработки и совершенствование
7. Кадровое обеспечение системы управления персоналом
8. Основные типы кадровой политики
9. Подбор и отбор персонала: сущность, цели, задачи, основные методы
10. Определение количественной и качественной потребности в персонале
11. Основные факторы сегментирования рынка труда и определения целевых групп персонала
12. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем рынке труда
13. Внутрифирменный рынок труда и его основные элементы
14. Особенности управления занятостью в организации
15. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала
16. Этапы процесса позиционирования в маркетинге персонала
17. Развитие HR бренда компании
18. Стратегии продвижения HR бренда
19. Формирование бюджета для реализации маркетинга персонала
20. Оценка качества и эффективности маркетинга персонала

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Гончаров А. И. Маркетинг персонала : электронное учебное пособие / Гончаров А. И., Крикун В. П., Скитёва Е. И. - Санкт-Петербург : ПГУПС, 2022. - 61 с. - Книга из коллекции ПГУПС - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7641-1713-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=828206&idb=0>.
2. Маркетинг персонала / Патласов О.Ю. - Москва : Дашков и К, 2016., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=646169&idb=0>.
3. Масалова Юлия Александровна. Маркетинг персонала : Учебное пособие для вузов / Масалова Ю. А. - Москва : Юрайт, 2021. - 321 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-14616-5. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=767905&idb=0>.
4. Кибанов Ардальон Яковлевич. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация : Учебное пособие / Государственный университет управления; Воронежский государственный университет. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 301 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-16-006649-3. - ISBN 978-5-16-107492-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=626158&idb=0>.
5. Резник Семен Давыдович. Стратегия кадрового менеджмента : Учебное пособие / Пензенский государственный университет архитектуры и строительства. - 2. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 211 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-16-017835-6. - ISBN 978-5-16-110838-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=835949&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Ловушки HR-брендинга. Как стать лучшим работодателем для сотрудников и кандидатов / Иванова С. - Москва : Альпина Паблишер, 2019., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=789785&idb=0>.
2. Коробейникова Елена Владимировна. Современные технологии подбора и оценки персонала : учебно-методическое пособие / Е. В. Коробейникова, А. С. Заладина ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2019. - 31 с. - Текст : электронный., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=795699&idb=0>.
3. Подбор персонала: современные кадровые технологии : учебник / Долженкова Ю.В.; Сидоркина С.В.; Полевая М.В.; Камнева Е.В. - Москва : Прометей, 2021. - 264 с. - ISBN 978-5-00172-062-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=808035&idb=0>.
4. Баскина Татьяна Владимировна. Техники успешного рекрутмента : Практическое пособие. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 211 с. - Аспирантура. - ISBN 978-5-9614-0792-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=602757&idb=0>.
5. Сакетт Тим. Инструменты сильного рекрутинга: как найти и привлечь талантливых сотрудников : Практическое пособие. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2021. - 222 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-9614-3270-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=791567&idb=0>.
6. Чуланова Оксана Леонидовна. Современные технологии кадрового менеджмента: актуализация в российской практике, возможности, риски : Монография / Сургутский государственный университет. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 364 с. - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-012782-8. - ISBN 978-5-16-

105764-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=628776&idb=0>.

7. Баранова С. А. Основы брендинга : курс лекций и тестовые задания для студентов направления подготовки 42.03.01 «реклама и связи с общественностью» / Баранова С. А. - Сочи : СГУ, 2018. - 98 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СГУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=709984&idb=0>.

8. Метод StoryBrand. Расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились / Миллер Д. - Москва : Альпина Паблишер, 2020., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=789599&idb=0>.

9. Музыкант Валерий Леонидович. Брендинг. Управление брендом : Учебник / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. - 1. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2022. - 316 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-369-01236-9. - ISBN 978-5-16-100882-9. - ISBN 978-5-16-006957-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834878&idb=0>.

10. Тульчинский Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом / Тульчинский Г. Л., Терентьева В. И. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 255 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/491979> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-05503-0 : 829.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=786003&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

Не используется

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 38.03.03 - Управление персоналом.

Автор(ы): Михайлова Вероника Валерьевна, кандидат социологических наук.

Заведующий кафедрой: Захарова Людмила Николаевна, доктор психологических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 11.11.2022, протокол № 3.