

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.05.2026 15:47:26
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Высшая школа управления

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

УПРАВЛЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫМ КОМПЛЕКСОМ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства» входит в программу магистратуры «Управление гостиничным комплексом» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса. Дисциплина состоит из 3 разделов и 20 тем и направлена на изучение теоретических основ современной концепции маркетинга и маркетинговых коммуникаций, а также их категориально-понятийного аппарата; роли и функций составляющих элементов комплекса маркетинговых коммуникаций в системе маркетинговой деятельности предприятия в условиях цифровизации экономики; методов организации и управления маркетинговыми коммуникациями для предприятий индустрии гостеприимства сектора B2B и B2C в условиях цифровизации экономики.

Целью освоения дисциплины является формирование у слушателей комплекса знаний и навыков в области разработки и реализации комплекса маркетинговых коммуникаций на предприятии индустрии гостеприимства в условиях цифровизации экономики, работающих на рынках B2C и B2B, а также контроля их эффективности.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.5 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте;
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности; УК-6.2 Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей; УК-6.3 Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи; УК-6.4 Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения;
УК-7	Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в	УК-7.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры	УК-7.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных;
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4.1 Использует современные методы, технологии и инструменты управления проектной и процессной деятельностью в компании; ОПК-4.2 Применяет в процессной и проектной деятельности современные практики управления, лидерские и коммуникативные навыки; ОПК-4.3 Выявляет и оценивает новые рыночные возможности развития инновационных направлений деятельности компании; ОПК-4.4 Разрабатывает на основе использования современных методов позиционирования бизнеса стратегии развития компаний и соответствующие им бизнес-модели;
ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность	ОПК-6.1 Владеет цифровыми технологиями для успешного решения профессиональных задач; ОПК-6.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность; ОПК-6.3 Умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения профессиональных задач;
ПК-1	Способен анализировать и проводить оценку деятельности гостиничного комплекса	ПК-1.1 Способен проводить мониторинг внешней и внутренней среды гостиничного комплекса; ПК-1.2 Способен применять методы стратегического и ситуационного анализа деятельности гостиничного комплекса; ПК-1.3 Способен руководить работами по совершенствованию гостиничного продукта;
ПК-2	Способен разрабатывать и реализовывать стратегии развития гостиничного комплекса	ПК-2.1 Способен формировать конкурентоспособную стратегию развития гостиничного комплекса; ПК-2.2 Способен реализовывать стратегию развития гостиничного комплекса, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой), обеспечивающих его устойчивое развитие; ПК-2.3 Способен проводить оценку эффективности реализации стратегии развития гостиничного комплекса;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-7	Способен к использованию цифровых		Преддипломная практика; Проектно-технологическая

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры		практика; Agile и гибридные методы управления проектами в индустрии гостеприимства; <i>Цифровые технологии и цифровая трансформация в индустрии гостеприимства**</i> ; <i>Инвестиции и оценка инвестиций в гостиничный бизнес**</i> ; <i>Управление инновациями в индустрии гостеприимства**</i> ; <i>Организация ивент-мероприятий**</i> ; Продвинутый Excel;
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий		<i>Управления персоналом в сфере гостеприимства**</i> ; <i>Управление безопасностью в гостиничном бизнесе**</i> ; <i>Управление инновациями в индустрии гостеприимства**</i> ; <i>Организация ивент-мероприятий**</i> ; Научно -исследовательская работа; Преддипломная практика; Проектно-технологическая практика; Практика по профилю профессиональной деятельности;
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки		<i>Управление ресурсами департаментов гостинично-ресторанного комплекса</i> ; <i>Управления персоналом в сфере гостеприимства**</i> ; <i>Управление безопасностью в гостиничном бизнесе**</i> ; <i>Стратегии устойчивого развития в индустрии гостеприимства**</i> ; <i>Технологии бережливого производства в индустрии гостеприимства**</i> ; Преддипломная практика;
ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и		<i>Agile и гибридные методы управления проектами в индустрии гостеприимства</i> ; Продвинутый Excel; Преддипломная практика; Практика по профилю профессиональной деятельности;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	релевантность		
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций		<i>Управление ресурсами департаментов гостинично-ресторанного комплекса; Преддипломная практика; Практика по профилю профессиональной деятельности; Моделирование и оптимизация бизнес-процессов сферы гостеприимства;</i>
ПК-1	Способен анализировать и проводить оценку деятельности гостиничного комплекса		<i>Управление ресурсами департаментов гостинично-ресторанного комплекса; Моделирование и оптимизация бизнес-процессов сферы гостеприимства; Agile и гибридные методы управления проектами в индустрии гостеприимства; Стратегия продаж и ценообразования в индустрии гостеприимства; Стратегии устойчивого развития в индустрии гостеприимства**; Технологии бережливого производства в индустрии гостеприимства**; Научно -исследовательская работа; Преддипломная практика; Проектно-технологическая практика; Практика по профилю профессиональной деятельности;</i>
ПК-2	Способен разрабатывать и реализовывать стратегии развития гостиничного комплекса		<i>Проектирование и эксплуатация предприятий индустрии гостеприимства; Цифровые технологии и цифровая трансформация в индустрии гостеприимства**; Инвестиции и оценка инвестиций в гостиничный бизнес**; Управления персоналом в</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<i>сфере гостеприимства**; Управление безопасностью в гостиничном бизнесе**; Научно -исследовательская работа; Преддипломная практика; Проектно-технологическая практика; Практика по профилю профессиональной деятельности;</i>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	32		32
Лекции (ЛК)	16		16
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	16		16
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	103		103
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Подготовительный этап разработки маркетинговых коммуникаций.	1.1	Сущность маркетинга и маркетинговых коммуникаций.	Ключевые компоненты маркетинга. Маркетинговые коммуникации. Инструменты продвижения. Интегрированные маркетинговые коммуникации.	ЛК, СЗ
		1.2	Управление маркетингом.	Анализ рынка. Определение целей и позиционирования.	ЛК, СЗ
		1.3	Стратегическое планирование в маркетинговых коммуникациях.	Планирование целевого рынка для построения эффективных маркетинговых коммуникаций.	ЛК, СЗ
		1.4	Управление продуктом в интегрированных маркетинговых коммуникациях.	Ключевые принципы управления продуктом в ИМС. Сквозной процесс от разработки продукта до go-to-market стратегии. Ключевые функции Product Manager в контексте ИМС.	ЛК, СЗ
		1.5	Ценообразование в маркетинге.	Факторы ценообразования и виды цен. Стратегии ценообразования. Основные ценовые стратегии в маркетинге.	ЛК, СЗ
		1.6	Управление каналами распределения.	Роли ключевых каналов в современной стратегии. Стратегия омниканальности. Эволюция технологий управления каналами. Современные маркетинговые инструменты.	ЛК, СЗ
		1.7	АВС анализ и его значение в маркетинговых коммуникациях.	Классификация клиентов на группы. Применение результатов АВС-анализа в маркетинговых коммуникациях. Комбинирование АВС-анализа с другими методами.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Маркетинговые исследования и их роль в планировании маркетинговых коммуникаций.	2.1	Значение и классификация маркетинговой информации.	Качественные методы проведения маркетинговых исследований. Количественные методы проведения маркетинговых исследований. Маркетинговое исследование конкурентов и конкурентоспособности. Маркетинговое исследование потребителей.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Маркетинговые коммуникации и цифровые технологии на рынке В2С и В2В.	3.1	Реклама.	Цели и функции рекламы. Виды рекламы по каналам распространения. Реклама в туризме и гостеприимстве.	ЛК, СЗ
		3.2	Брендинг как инструмент маркетинговых коммуникаций.	Роль бренда в системе маркетинговых коммуникаций. Брендинг как интегратор маркетинговых коммуникаций. Брендинг в индустрии гостеприимства.	ЛК, СЗ
		3.3	PR-деятельность.	Сущность, цели и функции PR в гостеприимстве. Основные инструменты и направления PR-деятельности. Оценка эффективности PR-деятельности.	ЛК, СЗ
		3.4	Событийный маркетинг.	Цели, задачи и виды событийного маркетинга. Тренды событийного маркетинга. Стратегия для гостиничного бизнеса.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		3.5	Спонсорство и благотворительность.	PR и продвижение через спонсорство. Благотворительность как инструмент репутации и вовлечения гостей.	ЛК, СЗ
		3.6	Личные продажи.	Сущность и отличительные особенности личных продаж. Формы и технологии личных продаж в гостинице. Трансформация личных продаж в эпоху цифровизации и ИИ.	ЛК, СЗ
		3.7	Директ маркетинг.	Каналы директ-маркетинга в гостиничном бизнесе. Технологическая трансформация. Стратегические KPI и измеримость.	ЛК, СЗ
		3.8	Стимулирование сбыта.	Ценовые методы стимулирования и спецпредложения. Программы лояльности и бонусные системы. Неценовые и эмоциональные триггеры.	ЛК, СЗ
		3.9	Программы лояльности как инструмент маркетинговых коммуникаций.	Персонализация и эмоциональная лояльность. Экосистемный подход и борьба за прямые продажи. Многоуровневые модели и технологическая платформа.	ЛК, СЗ
		3.10	Мерчандайзинг.	Цели и задачи. Инструменты мерчандайзинга. Виды мерчандайзинга в сфере гостеприимства.	ЛК, СЗ
		3.11	Интернет как средство коммуникации с потребителем.	Оmnikanальность и цифровая инфраструктура. Каналы построения доверия. Контент, репутация и мессенджеры. Персонализация и ИИ.	ЛК, СЗ
		3.12	Стратегические маркетинговые коммуникации на промышленном рынке и цифровые технологии.	Стратегические трансформации B2B-коммуникаций. Адаптация к новой модели принятия решений. Отраслевая специфика маркетинговых коммуникаций.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft, Гарант, Консультант Плюс, Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft, Гарант, Консультант Плюс, Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Microsoft, Гарант, Консультант Плюс, Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511008>

2. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518901>

3. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589006>

Дополнительная литература:

1. Ильин А.С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст/электронный ресурс]: Курс лекций / А.С. Ильин. - Электронные текстовые данные. - М.: КноРус, 2017. - 141 с. -

ISBN 978-5-390-00396-1: 333.52. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6289>

2. Ромат Е., Сандеров Д. Маркетинговые коммуникации. Учебник для ВУЗОВ – СПб: Питер, 2018 - 496 с. - ISBN: 978-5-4461-0497-0 - Текст: электронный// https://www.litres.ru/dmitriy-senderov/marketingovye-kommunikacii-28538751/#buy_now_noreg

3. Фомичев, В. И. Выставочное дело: учебное пособие для академического бакалавриата [электронный ресурс]/ В. И. Фомичев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 134 с. — (Серия: Университеты России). — ISBN 978-5-534-08095-7 - www.biblio-online.ru/book/EF36764F-1994-470B-9E19-84347708D038

4. Чернышева А.М., Якубова Т.Н. Брендинг [Текст]: Учебник для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М.: Юрайт, 2019. - 504 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-2979-9: 929.00

5. Чернышева, А. М., Якубова Т. Н. Управление продуктовой политикой: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 187 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Модуль.). — ISBN 978-5-534-01142-5 - www.biblio-online.ru/book/D0F0DE57-D87B-4EE9-A58E-847F419136B3

6. Чернышева А.М., Якубова Т.Н. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2ч. Учебник и практикум - М.: ЮРАЙТ, 2019, гриф УМО ВО - ISBN 978-5-9916-8566-5, 978-5-9916-8567-2

7. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6: 220.00. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

8. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: учебное пособие [электронный ресурс]/ В.О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И.В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 128 с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02168-8 - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Старший преподаватель

Должность, БУП

Подпись

Ахмедова Римма

Рафаильевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Горяинов Константин

Станиславович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Директор

Должность, БУП

Подпись

Островская Анна

Александровна

Фамилия И.О.