

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.05 МАРКЕТИНГ

Профиль обучения: технологический

2023 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования **11.02.12 Почтовая связь** (базовая подготовка).

СОГЛАСОВАНО
ПЦК социально-экономических
дисциплин
_____ Соловьева С.М.
«__» _____ 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по УР
_____ Чернышенко О. П.
«__» _____ 2023 г.

Организация-разработчик: Краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Хабаровский колледж отраслевых технологий и сферы обслуживания»

Составитель: Соловьева Светлана Михайловна, кандидат экономических наук, преподаватель краевого государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Хабаровский колледж отраслевых технологий и сферы обслуживания»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.	4
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.	13
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
6. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В ПРОГРАММУ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы (программы подготовки специалистов среднего звена) в соответствии с ФГОС по специальности СПО

11.02.12 Почтовая связь (базовая подготовка), входящей в состав укрупненной группы специальностей 11.00.00 Электроника, радиотехника и системы связи.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по профессиям рабочих:

1. 16019 Оператор связи
2. 16925 Почтальон
3. 18674 Сортировщик почтовых отправлений и произведений печати

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

В структуре основной профессиональной образовательной программы (программы подготовки специалистов среднего звена) дисциплина является общепрофессиональной и входит в профессиональный учебный цикл.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины:

Рабочая программа направлена на освоение следующих целей:

- Проводить самостоятельно сегментирование рынка услуг почтовой связи;
- Оценивать эффективность основ маркетингового планирования.

Задачами рабочей программы являются:

- Сформировать навыки использования маркетинговой концепции;
- Знать и применять цели, принципы и методы управления маркетингом;
- Знать и применять этапы проведения маркетинговых исследований.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. В результате освоения учебной дисциплиной обучающийся должен овладеть ОК, ПК, ЛР:

ФГОС СПО	
Код компетенции	Наименование компетенции
	Общие компетенции
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и

	качество
ОК 3	Принимать решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиски и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
Профессиональные компетенции	
ПК 1.1	Выполнять работы по предоставлению почтовых и не почтовых услуг (розничная продажа товаров, прием и пересылка миграционных уведомлений иностранных граждан, адресная реклама)
ПК 1.2.	Оказывать интернет-услуги в пунктах коллективного доступа
ПК 1.3.	Обеспечивать распространение периодических печатных изданий
ПК 1.4	Решать задачи маркетинга и рекламы услуг почтовой связи
ПК 1.5.	Обеспечивать производственно-технологические процессы отделений почтовой связи
Программа воспитания по специальности	
Код результата	Наименование личностного результата
ЛР 2	Готовый использовать свой личный и профессиональный потенциал для защиты национальных интересов России
ЛР 7	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость
ЛР 13	Способный в цифровой среде использовать различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей; стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»
ЛР 34	Мотивированный к освоению функционально близких видов профессиональной деятельности, имеющих общие объекты (условия, цели) труда, либо иные схожие характеристики

2.2. В результате освоения учебной дисциплиной обучающийся должен знать и уметь:

Код ПК, ОК*ЛР	Умения	Знания
ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9 ПК 1.1 ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4 ПК 1.5 ЛР 2 ЛР 7 ЛР 13 ЛР 34	-понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес; -организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; -принимать решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность -осуществлять поиски и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; -использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности; -работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями; -брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий; -самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации -ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	-выполнять работы по предоставлению почтовых и не почтовых услуг (розничная продажа товаров, прием и пересылка миграционных уведомлений иностранных граждан, адресная реклама); -оказывать интернет-услуги в пунктах коллективного доступа; - Решать задачи маркетинга и рекламы услуг почтовой связи; - обеспечивать производственно-технологические процессы отделений почтовой связи.

2.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося – **63** часа, в том числе:
 Обязательной аудиторной нагрузки обучающегося – **42** часа,
 Самостоятельной работы обучающегося – **21** час.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	63
Обязательная аудиторная учебная нагрузка	42
в том числе:	
практические занятия	20
Теоретические занятия	22
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	21
в том числе:	
работа с основной, дополнительной и нормативно-справочной литературой, с Интернет-ресурсами	4
подготовка докладов и рефератов	6
подготовка к практическим работам, деловой игре	7
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	--

3.2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций и результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5
Раздел 1. Теоретические основы маркетинга		5		
Тема 1.1. Введение	Содержание учебного материала	2		
	Предмет и задачи маркетинга. Исторические этапы формирования маркетинга. Место и роль дисциплины в системе получаемых знаний. Связь с другими учебными дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов почтовой связи. Цели, принципы и функции маркетинга. Виды маркетинга.	1	1	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
	Концепции управления маркетингом и их характеристика. Организационные структуры маркетинговых служб. Задачи маркетинговой службы и ее взаимодействие с функциональными подразделениями организаций почтовой связи.	1	1	
Самостоятельная работа обучающихся Работа учебной, нормативной литературой, Интернет-ресурсами.		3	3	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
Подготовка рефератов и сообщений на тему: - Развитие маркетинга в России; - Виды маркетинга, используемые специалистом почтовой связи.			3	
Раздел 2. Рынок в системе маркетинга и его исследования		14		
Тема 2.1. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга	Содержание учебного материала	4		
	Понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду маркетинга.	2	1	

	Понятие рынка, его типы и виды.			ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
	Сегментация рынка, основные виды и критерии сегментации. Сегментация рынка услуг связи и определение основных потребителей услуг. Конъюнктура рынка и конъюнктурообразующие факторы на рынке услуг почтовой связи. Рыночное окно и рыночная ниша.	2	1	
Тема 2.2. Комплексное исследование рынка почтовых услуг	Содержание учебного материала	2		
	Маркетинговая информация, ее роль в процессах исследования и источники получения. Методы сбора и анализа данных. Понятие маркетингового исследования, его цели и методы. Разработка плана исследований и его реализация. Понятие брифинга и его роль в маркетинговом исследовании.	2	1	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
	Практические занятия	6		
	Определение основных элементов рынка.	2	2	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
	Сегментирование рынка услуг почтовой связи.	2	2	
	Исследование рынка услуг почтовой связи и выявление факторов, определяющих спрос на услуги почтовой связи.	2	2	
Самостоятельная работа обучающихся Работа учебной, нормативной литературой, Интернет-ресурсами. Подготовка рефератов и докладов на тему: - Основные тенденции развития рынка почтовой связи - Построить структуру процесса маркетингового исследования для отрасли почтовой связи.		4	3	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
Раздел 3. Товарная политика в рамках маркетинговой деятельности		14		
Тема 3.1. Классификация услуг почтовой связи и их жизненный цикл	Содержание учебного материала	1		
	Понятие и классификация услуг почтовой связи. Характеристика и концепция жизненного цикла услуг почтовой связи. Особенности маркетинга на стадиях жизненного цикла.	1	1	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
Тема 3.2 Разработка и планирование новых услуг	Содержание учебного материала	1		
	Характеристика новых услуги и методы их создания. Планирование новых услуг. Фирменный стиль услуги. Упаковка. Сервис. Источники получения средств для разработки и создания новых услуг	1	1	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
Тема 3.3 Методы продвижения услуг на	Содержание учебного материала	2		
	Природа и структура каналов распространения услуг. Характеристика			

рынок и конкурентная среда	методов, используемых при распространении услуг. Организация розничных продаж в почтовой связи. Понятие конкуренции, конкурентоспособности. Параметры, определяющие конкурентоспособность, оценка и расчет показателей конкурентоспособности. Позиционирование услуг почтовой связи на рынке.	2	1	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
	Практические занятия	6		
	Разработка и планирование новых видов услуг в деятельность операторов почтовой связи.	2	3	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
	Определение жизненного цикла услуги и характеристика стадий смены циклов.	2	2	
	Позиционирование услуг почтовой связи на рынке.	2	3	
Самостоятельная работа обучающихся Работа учебной, нормативной литературой, Интернет-.ресурсами. Подготовка к практическим занятиям. Тематика внеаудиторной самостоятельной работы - Составить опорный конспект по теме «Товарная политика». Тематика рефератов: - Изменение стратегии маркетинга по ходу жизненного цикла услуги почтовой связи. - Методы конкурентной борьбы на сегменте рынка услуг почтовой связи. - Исследование рынка услуг почтовой связи и прогнозирование спроса. - Конкуренция на рынке почтовых услуг - Международный рынок почтовых услуг - Диверсификационная деятельность почтовой связи		4	3	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
Раздел 4. Формирование цен и тарифов в почтовой связи		6		
Тема 4.1. Ценообразование. Тарифная политика в рамках маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала	2		
	Сущность, виды и функции цен в рыночной экономики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен Методы установления тарифов в условиях государственного регулирования ценообразования. Рыночные методы формирования тарифов в почтовой связи. Особенности установления тарифов на новые услуги связи..	2	1	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
	Практические занятия	2		

	Расчет тарифов на новые услуги почтовой связи	2	2	
Самостоятельная работа обучающихся Работа учебной, нормативной литературой, Интернет-ресурсами. Подготовка к практическим занятиям. Тематика внеаудиторной самостоятельной работы - Основные факторы, цели, трудности и проблемы ценообразования в почтовой связи; - Ценовая эластичность спроса на услуги почтовой связи Тематика рефератов: - Механизм государственного регулирования тарифов на услуги связи		2		ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
Раздел 5. Маркетинговое планирование и контроль		8		
Тема 5.1. Основы маркетингового планирования	Содержание учебного материала	2		
	Стратегический план маркетинга. Основные этапы процесса стратегического планирования: определение цели и задач оператора; установление цели маркетинга; ситуационный анализ; разработка стратегий; реализация тактики; контроль за выполнением. Маркетинг-микс - как основа стратегического маркетинга.	2	1	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
	Практические занятия	2		
	Осуществить анализ возможностей и опасностей на рынке почтовой связи. (SWOT - анализ).	2	2	
Самостоятельная работа обучающихся Работа с учебной и нормативной литературой. Примерная тематика рефератов - Конкуренция на рынке услуг и конкурентные стратегии операторов услуг связи - Содержание стратегической маркетинговой деятельности - Возможности Интернет-маркетинга в почтовой связи		4	3	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
Раздел 6. Маркетинговые коммуникации		14		
Тема 6.1. Комплекс маркетинговых коммуникаций и отношение с общественностью	Содержание учебного материала	2	2	
	Комплекс маркетинговых коммуникаций. Специфические приемы маркетинговых коммуникаций: торговые презентации, экспозиции, выставки, ярмарки и т.д. Усиление значения общественной репутации в современных условиях. Мероприятия паблик рилейшнз.	2	1	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34

Тема 6.2. Рекламная деятельность и ее эффективность	Содержание учебного материала	2		
	Общее понятие о рекламе. Каналы и способы распространения рекламы. Планирование и организация рекламной деятельности специалистов связи.	2	1	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
Тема 6.3. Управление сбытом услуг связи	Содержание учебного материала	2		
	Стимулирование сбыта, его цели и задачи. Выбор средств и разработка программы стимулирования сбыта. Выбор организационной структуры торгового аппарата и его задачи. Контроль и оценка эффективности деятельности торговых работников. Метод прямых продаж товаров и услуг почтовой связи.	2	1	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
	Практические занятия	4		
	Выбор каналов распространения рекламы. Расчет эффективности затрат на рекламу.	2	2	ОК 1- ОК 9 ПК 1.1 - ПК 1.5 ЛР 2, 7, 13, 34
	Составить перечень мероприятий по стимулированию сбыта услуг почтовой связи для потребителей и работников ОПС	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Работа с учебной и нормативной литературой.	4		3
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы Построить структуру основных этапов подготовки и проведения пропагандистской кампании. Реферат на темы: • Специфика рекламирования услуг почтовой связи; • Планирование рекламной кампании; • Реклама в Интернете; • Прямая почтовая реклама (директ-мейл) - как способ увеличения доходов в почтовой связи				
Дифференцированный зачет		2		
Всего		63		
Теоретические занятия		20		
Практические занятия		20		
Самостоятельная работа		21		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы требует наличие кабинета маркетинга.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета маркетинга:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплекты учебно-наглядных пособий;

Технические средства обучения:

- персональный компьютер;
- лицензионное программное обеспечение;
- мультимедийный проектор,
- экран.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

Основные источники:

- 1 Егорова, М. М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швайко. - 2-е изд. - Электрон. текстовые данные. - Саратов: Научная книга, 2019. - 159 с. - 978-5-9758-1744-0. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81021.html>
- 2 Мазилкина, Е. И. Маркетинг: учебное пособие для СПО / Е. И. Мазилкина. - Саратов: Профобразование, 2020. - 23 с. - ISBN 978-5-4488-0726-8. - Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/88760.html>
- 3 Сухов, В. Д. Маркетинг: учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. - Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. - 306 с. - ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/119290.html>
- 4 Шамис, В. А. Основы маркетинга: практикум для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. - Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. - 78 с. - ISBN 978-5-4488-1567-6, 978-5-4497-1823-5. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/124750.html>

Нормативно-правовая литература:

1. Федеральный закон от 17.07.1999 №176-ФЗ «О почтовой связи» (с изменениями от 07.07.2003 г., 22.08.2004 г., 29.12.2004 г., 26.06.2007 г., 14.07.2008 г., 23.07.2008 г., 28.06.2009)
2. Федеральный закон от 09.01.1996 г. №2-ФЗ «О защите прав потребителей» (с изменениями на 15.07.2015 г.)
3. Федеральный закон от 18.06.2003 г. №126 – ФЗ «О связи» (в редакции, действующей с 24 июля 2015 г.)

Дополнительные источники:

1. Шамис В.А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Шамис В.А., Левкин Г.Г.- Электрон.текстовые

данные.- Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023.- 173 с.- Режим доступа: <https://ipr-smart.ru/124751>.- IPR SMART, по паролю. - DOI: <https://doi.org/10.23682/124751>

2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 15-е изд. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. - Санкт-Петербург: Питер, 2018.

3. Интернет-ресурсы:

Отраслевые данные и исследования рынка - Industry Data and Market Research (<http://www.ipc.org/html/navbar.htm/>).

<http://www.informika.ru/> - официальный сервер Минобразования России, содержит ссылки на информационные ресурсы системы высшего профессионального образования России.

<http://www.osp.ru/> - издательство «Открытые системы», содержит электронные версии ряда журналов по маркетингу.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Коды компетенций	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
В результате изучения дисциплины обучающийся должен <u>уметь</u>:		
- проводить сегментирование рынка услуг почтовой связи; - проводить анализ смены жизненного цикла и всех стадий цикла услуги; - распространять и продвигать услуги почтовой связи на рынке; - проводить рекламную кампанию услуг почтовой связи.	ОК 1- ОК 9. ПК1.1.- ПК1.5. ЛР 2, 7, 13, 34	Наблюдение за выполнением практических работ, оценка их выполнения, оценка выполнения самостоятельных индивидуальных заданий
В результате изучения дисциплины обучающийся должен <u>знать</u>:		
- маркетинговые концепции; - цели, принципы и методы управления маркетингом; - этапы проведения маркетинговых исследований; - рынок в системе маркетинга; - концепции и характеристики стадии жизненного цикла услуг; - методику проведения маркетингового планирования;	ОК 1-ОК 9. ПК1.1.- ПК1.5. ЛР 2, 7, 13, 34	Текущая оценка знаний студентов по дисциплине. Тестовый контроль по темам. Оценка выполнения самостоятельной работы. Оценка выполнения практических работ.

№ изменения, дата внесения изменения; № страницы с изменением	
БЫЛО	СТАЛО
Основание:	
Подпись лица, внесшего изменения	