



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра экономики и предпринимательства

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

Н.В. Балабанова

(подпись)

«30» августа 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

Ценообразование и ценовая политика предприятия

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	38.03.01 Экономика
Направленность (профиль) образовательной программы:	(Экономика предприятий и организаций)

Иваново



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

1. Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины «Ценообразование и ценовая политика предприятия» состоит в формировании у студентов четких представлений о теории и практике ценообразования в условиях рыночной экономики, проводимой организациями различных форм собственности.

К основным задачам дисциплины относятся:

- получение студентами целостного представления о взаимосвязи теории и практики ценообразования;
- изучение теоретических аспектов ценообразования;
- методологических подходов к установлению цен;
- основных факторов, влияющих на процесс ценообразования в фирме;
- стратегии и тактики ценообразования.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Студент, приступающий к изучению дисциплины, должен обладать знаниями, умениями, навыками/опытом практической деятельности, полученными ранее в ходе изучения дисциплин: «Экономическая теория», «Бухгалтерский учет», «Маркетинг».

Для освоения данной дисциплины студент должен:

Знать:

- понятие цены с точки зрения макро и микроэкономики;
- функции цен;
- особенности ценообразования на различных типах рынков.

Уметь:

- определять безубыточный объем продаж в результате изменения цены.

Иметь:

- навыки анализа различных факторов деятельности предприятия, непосредственно влияющими на процесс ценообразования.

Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности студентов к освоению дисциплин: «Стратегическое и тактическое планирование на предприятии», «Управление затратами на предприятии».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) профессиональные (ПК):

ПК-1 - Способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.

ПК-5 Способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов.



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

ПК-10 - Способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения формируемых компетенций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основы теории ценообразования, приемы формирования ценовой политики, ценовых стратегий и методов; механизм формирования цен в рыночной экономике (ПК-1, ПК-5);
- основные законодательные и нормативные акты в области ценообразования (ПК-5);
- содержание основных методов ценообразования (ПК-5);
- характеристики ценообразования на различных рынках (ПК-1);
- закономерности формирования стратегии и тактики ценообразования (ПК-1, ПК-5);
- опыт зарубежных и отечественных фирм в области ценообразования (ПК-1, ПК-5).

Уметь:

- проводить маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение, выделять основные ценообразующие факторы (ПК-10);
- применять известные методы ценообразования (ПК-10);
- обосновывать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования (ПК-5, ПК-10);

Иметь навыки:

- расчета цен (ПК-5, ПК-10);
- владения методиками ценового анализа, прогнозирования последствий ценовых решений (ПК-10);
- выбора ценовой стратегии (ПК-10);
- построения и описания ценовой политики организации (ПК-10).

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Определение уровня входных учебных достижений. Введение в проблематику курса, представление рабочей программы, осмысление требований к	5	2	2 практ. занятие	Входная диагностика: тест с последующим обсуждением результатов. Список вопросов, интересующих студента по



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

	организации процесса обучения, самостоятельной работы и форм аттестации по курсу. Изучение РП, списка источников, формулировка вопросов, интересующих студентов на основе изучения содержания курса.				содержанию дисциплины (сдается в письменном виде)
2.	Экономические основы ценообразования. 1.Предмет курса и его связь с другими дисциплинами 2.Понятие цены с позиции потребителя 3.Основные функции цен. 4.Виды цен, их характеристика. 5.Нормативно – правовая база процесса ценообразования на предприятии.	5	4	2 практ. занятие 2 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.
3.	Ценообразование и ценовая политика фирмы. 1.Особенности ценообразования на различных типах рынка 2.Понятие ценовой политики фирмы 3.Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования	5	2	2 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.
4.	Методологические подходы к ценообразованию. 1.Затратное ценообразование: понятие, достоинства, недостатки. 2.Порядок установления цен при затратном подходе. Причины его использования в настоящее время. 3.Ценностное ценообразование: сущность, возможные ошибки в использовании. 4.Процедура определения экономической ценности товара	5	4	4 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.
5.	Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен 1.Фактор представлений о наличии заменяющих товаров. 2.Фактор уникальности. 3.Фактор затрат на переключение. 4.Фактор затрудненности сравнений. 5.Оценка качества через цену. 6.Фактор дороговизны товара. 7.Фактор значимости конечного результата. 8.Возможность разделения затрат. 9.Мера «справедливости» цены. 10.Фактор создания запасов.	5	3	2 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.
6.	Влияние государства на установление цен. 1.Необходимость государственного регулирования цен. 2.Методы государственного регулирования цен.	5	3	2 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

	3.Перечень продукции, товаров и услуг, цены на которые регулируются государством.				
Итого за семестр:			18	16	Зачет
7.	Учет затрат при формировании цен. 1.Роль затрат в обосновании ценовых решений. 2.Определение затрат, существенных для анализа цен. 3.Место и роль затрат в анализе финансовой отчетности.	6	4	2 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.
8.	Формирование цен с учетом конкуренции 1.Понятие ценовой конкуренции. 2.Прогнозирование конкурентной борьбы. 3.Поведение фирмы в условиях обострения ценовой конкуренции. 4.Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии	6	6	2 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.
9.	Основы формирования ценовой стратегии 1.Этапы разработки ценовой стратегии. 2.Стратегия премиального ценообразования. 3.Стратегия ценового прорыва. 4.Нейтральная стратегия ценообразования	6	6	2 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.
10.	Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы 1.Скидки за объем закупок. 2.Скидки за внесезонную закупку. 3.Скидки за ускорение оплаты. 4.Скидки при комплексной закупке товара. 5.Скидки для поощрения продаж нового товара	6	4	2 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.
11.	История развития ценообразования в России и СССР 1.Развитие ценообразования в России в дореволюционный период. 2.Развитие ценообразования в СССР.	6	3	2 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.
12.	Зарубежный опыт в области ценообразования 1. Особенности ценообразования в странах ЕС. 2. Особенности ценообразования в Китае. 3. Особенности ценообразования в Японии.	6	3	1 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.
12	Заключительный. Подведение и анализ промежуточных результатов освоения дисциплины	6		1 практ. занятие	Проверка знания материала, в форме традиционного опроса и (устной или письменной) тестовой проверки.
Итого за семестр:			26	12	Экзамен
Итого по дисциплине:			44	28	



4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Тема 1. Экономические основы ценообразования

Необходимость изучения основ ценообразования в ВУЗах.

Предмет курса, его теоретическая основа, связь с другими дисциплинами.

Понятие цены в зависимости от сферы ее использования.

Цена с точки зрения потребителя.

Перечень ценовых компонентов, формирующих цену потребительских товаров.

Перечень основных функций цен и их характеристика.

Основные виды цен: цены на материальную продукцию, цены на услуги, цены на продукцию строительства. Классификация цен в зависимости от различных признаков.

Характеристика основных федеральных законов, указов, постановлений Правительства в области ценообразования.

Тема 2. Ценообразование и ценовая политика фирмы

Понятие структуры рынка. Характеристика основных типов рынка: совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии, чистой монополии. Характерные черты основных моделей рынка.

Понятие ценовой политики фирмы, процесс ее разработки. Факторы, влияющие на разработку ценовой политики, их характеристика.

Фирмы-ценоискатели и фирмы-ценополучатели: отличительные черты.

Характеристика основных стратегических целей фирмы и обоснование их выбора.

Тема 3. Методологические подходы к ценообразованию

Понятие затратного ценообразования. Схема установления цены при затратном подходе. Активное и пассивное затратное ценообразование.

Достоинства и недостатки затратного подхода.

Порядок установления цен на производимую продукцию, товары, работы и услуги. Установление цен в оптовой и розничной торговле. Характеристика отдельных элементов цены.

Причины использования затратного подхода в настоящее время.

Определение ценностного ценообразования. Его достоинства и недостатки. Возможные ошибки в применении данного подхода.

Понятие экономической ценности товара. Процедура ее определения и характеристика основных этапов: определение цены безразличия, определение отличий, оценка отличий с позиции покупателя, суммирование цены безразличия с оценками отличий.

Тема 4. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен

Определение фактора представления о наличии заменяющих товаров.

Использование данного фактора в процессе управления ценами.

Понижение чувствительности покупателя к уровню цены с помощью фактора уникальности. Определение данного фактора.

Преимущества фирм, производящих и продающих хорошо известные товары.

Определение фактора затрудненности сравнений. Способы «маскировки цен», применяемые малоизвестными фирмами.

Оценка качества через цену.

Определение данного фактора. Характеристика товаров и услуг, по отношению к которым прослеживается данный фактор.



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

Определение фактора дороговизны товара. Зависимость чувствительности покупателей от абсолютной величины цены товара от общей суммы имеющихся средств. Учет этой зависимости при производстве и продаже товаров.

Фактор значимости конечного результата. Двойное проявление данного фактора. Характеристика ситуаций, когда необходим учет фактора.

Определение фактора разделения затрат. Сферы деятельности, где необходим учет данного фактора.

Мера «справедливости» цены: определение, анализ факторов, формирующих представление о «справедливости» цены.

Определение фактора создания запасов. Использование данного фактора для повышения чувствительности покупателей к уровню цен товаров длительного хранения.

Тема 5. Влияние государства на установление цен

Объективная необходимость регулирования цен государством в условиях рыночной экономики. Методы прямого и косвенного регулирования цен.

Перечень продукции, товаров и услуг, цены на которые регулируются Правительством РФ, федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов РФ.

Тема 6. Учет затрат при формировании цен

Роль затрат в ценовой политике фирмы. Преимущества и недостатки фирм, имеющих различные уровни затрат.

Понятие приростных затрат. Состав приростных затрат и характеристика отдельных групп затрат. Необходимость учета изменения приростных затрат при принятии ценовых решений.

Определение предотвратимых затрат. Их отличие от невозвратных затрат. Необходимость учета предотвратимых затрат при обосновании цен.

Традиционный анализ финансовой отчетности. Изменение логики ее анализа для нужд ценообразования.

Тема 7. Формирование цен с учетом конкуренции

Понятие конкуренции. Ценовая и неценовая конкуренция. Определение ценовой конкуренции. Ценовая война: ее причины и последствия.

Необходимость прогнозирования конкурентной борьбы. Стратегический план ценообразования.

Варианты поведения фирм в условиях обострения ценовой конкуренции в зависимости от положения на рынке. «Фирма-новичок», «фирма-ветеран», «фирма-лидер рынка»: их преимущества и недостатки.

Характеристика условий, при которых политика пониженных цен может иметь успех.

Тема 8. Формирование ценовой стратегии

Связь между маркетинговой стратегией фирмы и ее ценовой стратегией. Основные типы маркетинговых стратегий. Характеристика основных этапов разработки ценовой стратегии.

Стратегия премиального ценообразования (стратегия «снятия сливок»): определение, характеристика условий, способствующих ее успешному применению.

Стратегия ценового прорыва (стратегия пониженных цен): понятие, возможности применения.

Понятие нейтральной стратегии ценообразования. Причины, по которым фирмы отдают предпочтение данной стратегии.



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

Тема 9. Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы

Основные разновидности скидок за большой объём закупок, способы их выражения. Некумулятивные скидки: определение, цель предоставления, плюсы и минусы для продавца и покупателя, основные сферы применения. Понятие кумулятивных скидок, целесообразность их предоставления, значение для продавца и покупателя. Форма и механизм действия кумулятивных скидок. Ступенчатые скидки: понятие, сфера применения.

Скидки за внесезонную закупку: определение, цель предоставления, факторы, влияющие на величину скидок.

Скидки за ускорение оплаты: определение, задача предоставления, форма записи, факторы, определяющие величину скидки.

Скидки при комплексной закупке товаров: понятие, сфера распространения, зависимость величин от различных факторов.

Понятие скидки для поощрения продаж нового товара. Цель предоставления, характеристика основных разновидностей.

Тема 10. История развития ценообразования в России и СССР

Появление денег в России. Основы ценообразования в России. Государственное вмешательство в процесс ценообразования.

Развитие ценообразования в послереволюционный период. Реформы НЭП. Государственное ценообразование при социализме.

Тема 11. Зарубежный опыт в области ценообразования

Характеристика основных особенностей ценообразования и способов государственного регулирования цен во Франции, Германии, Греции, Швеции.

Характеристика китайской модели ценообразования, ее особенности и специфика.

Ценообразование в Японии: органы, принимающие участие в регулировании цен, основные направления государственного вмешательства в процесс ценообразования.

5. Образовательные технологии

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются технология проблемного обучения, проектная, рейтинговая, технология развития критического мышления, технология учебной дискуссии.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: технологии смешанного обучения.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студентов обеспечивается посредством работы в системе электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru>, где размещены методические материалы.

Полностью весь методический материал по обеспечению самостоятельной работы студентов приведён в Приложении 1 к рабочей программе.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

Входной контроль: устный опрос.

Цель: Определение уровня знаний студентов, с тем, чтобы с учетом этого скорректировать содержание лекций и семинаров.

Промежуточный контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ.

Цель: в ходе устного опроса на семинарах, проверки выполнения тестовых заданий, докладов студентов и проведенной по ним дискуссии проверить выполнение домашних заданий, степень знакомства с рекомендованной литературой.

Основными формами промежуточного контроля знаний являются:

- обсуждение вынесенных в планы семинарских занятий вопросов тем и контрольных вопросов;
- решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации;
- выполнение контрольных заданий и обсуждение результатов;
- участие в дискуссии по проблемным темам дисциплины.

Работа на семинарских занятиях оценивается преподавателем по результатам проводимых фронтальных опросов, промежуточных тестов, решения задач. В планах семинаров после каждой темы даны тестовые вопросы (Типовые варианты тестовой работы представлены в фонде оценочных средств (Приложение 2)), ответы на которые проверяются в виде блиц-опроса на семинарском занятии. Степень участия каждого студента в занятиях учитывается оценками, которые влияют на получение зачета. Проведение занятия осуществляется таким образом, чтобы на каждом занятии каждый студент группы получал оценку.

Внеаудиторное время студенты, используют для подготовки к семинарским занятиям: изучают рекомендованную и дополнительную литературу, изучают проблемные вопросы и проводят самотестирование

Итоговый контроль проводится в форме экзамена

Критерии оценки знаний

«Отлично» - студент владеет знаниями предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину; самостоятельно, в логической последовательности и исчерпывающе отвечает на все вопросы билета; изучил обязательную и дополнительную литературу и умело использует этот материал в ответах;- свободно владеет методологией данной дисциплины; знает определения экономических категорий, понятий, устанавливает связи между экономическими показателями и категориями; умеет творчески применять теоретические знания при решении практических задач и конкретных экономических ситуаций, давать экономическое обоснование решению практических задач, используя современные методы исследования; стремится самостоятельно пополнять и обновлять знания в процессе учебной деятельности.

«Хорошо» - студент владеет знаниями дисциплины почти в полном объеме программы (имеются пробелы знаний только в некоторых, особенно сложных разделах); знает определения экономических показателей и категорий, умеет устанавливать связь между ними; самостоятельно и отчасти при наводящих вопросах дает полноценные ответы на вопросы билета; не всегда выделяет наиболее существенное, не допускает вместе с тем серьезных ошибок в ответах; умеет применять теоретические знания при решении задач и в конкретных экономических ситуациях, экономически обосновывая свои действия.

«Удовлетворительно» - студент владеет материалом в пределах программы курса; знает основные экономические показатели и критерии; проявляет затруднения в самостоятельных ответах, оперирует неточными формулировками; в процессе ответов допускаются ошибки по существу вопросов, способен решать легкие задачи.



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

«Неудовлетворительно» - студент не освоил обязательного минимума знаний предмета, не способен ответить на вопросы билета даже при дополнительных наводящих вопросах; не может дать чёткого определения экономическим показателям и категориям; не умеет решать задачи и не может разобраться в конкретной экономической ситуации; не способен успешно продолжать дальнейшее обучение в связи с недостаточным объёмом знаний.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Магомедов, М. Д. Ценообразование : учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, В. В. Строев. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 248 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684301>
2. Николаева, Т. Е. Ценовая политика и стратегия фирмы на современном этапе развития : учебное пособие : [16+] / Т. Е. Николаева. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 88 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=603112>

Дополнительная литература:

1. Алексейчева, Е. Ю. Экономика организации (предприятия) : учебник / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 291 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684275>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru;
<http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/ebs-universitetskaya-biblioteka>
Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/polnotekstovye-resursy/elibnew>
Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;
- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: демонстрационное оборудование, электронные пособия (презентации); аудио-визуальные пособия (аудиозаписи, видеоматериалы и т.п.), наглядные и печатные пособия.



Основная профессиональная образовательная программа
38.03.01 Экономика
(Экономика предприятий и организаций)

Автор рабочей программы дисциплины: доцент кафедры экономики и предпринимательства, канд. экон. наук Смирнова Ольга Александровна

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры экономики и предпринимательства

«28» августа 2025 г., протокол № 1.

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ Н.В. Балабанова
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ Н.В. Балабанова
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ Н.В. Балабанова
(подпись)