

Тамбовское областное государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение «Строительный колледж»

Рассмотрено и согласовано на
заседании цикловой комиссии
протокол № 1 31.08.2021
стр. 1 31.08.2021

Утверждаю Директор
ТОГБПОУ
«Строительный колледж»
А.И. Ананьев

стр. № 62 от 31.08.2021
стр. № 69 от 03.09.2021

Комплект контрольно – оценочных средств по учебной
дисциплине «Деловые коммуникации»

Специальность 08.02.01 «Строительство и эксплуатация зданий и
сооружений»
Форма обучения: заочная

Тамбов

Практические занятия по УД
«Деловые коммуникации»

1. ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Целью данного раздела является возможность практического изучения методологических основ деловой коммуникации; освоение методики организации и проведения деловых бесед, пресс-конференций, деловых совещаний и собраний; особое значение уделяется изучению современных методов и технологий делового взаимодействия.

Задание № 1

Сравните столбцы в таблице 1.1 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 1.1

Термин	Определение
1. Деловая коммуникация -	правила, формы и методы общения
2. Монолог -	самый массовый вид взаимодействия людей
3. Коммуникация -	продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений
4. Диалог -	продолжительное высказывание одного лица
5. Полилог -	взаимодействия между двумя или несколькими собеседниками
6. Деловой разговор -	как форма делового общения может включать элементы монолога и диалога
7. Деловая беседа -	разговор, предназначенный для печати, радио, телевидения
8. Интервью -	кратковременный контакт, преимущественно на одну тему

Задание № 2

Подготовьте письменную работу на тему «Основные функции общения». Приведите примеры их реализации в различных ситуациях общения.

Задание № 3

Отметьте качества, которые, являются личностными качествами делового человека:

- уверенность в себе;
- владение предметом общения;
- самоуверенность;
- гордость;
- компетентность;
- эмоциональность.

Задание № 4

Определение какого понятия дано в предложении?
Содержание этого вида общения в значительной степени определяется правилами и нормами поведения и является исполнением социально значимых ритуалов (поздравления, выражение сочувствия).

Задание № 5

Сравните столбцы в таблице 1.2 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 1.2

Термин	Определение
1. Реклама -	установление двухсторонних долгосрочных коммуникаций между производителем и потребителем
2. Стимулирование сбыта -	достижение высокой общественной репутации фирмы
3. Паблик рилейшнз -	краткосрочные побуждения к совершению покупок.
4. Директ – маркетинг -	создание образа фирмы, товара и достижение осведомленности о них потенциальных потребителей

Задание № 6

Соотнесите каждое понятие с одной из групп терминов: паблик рилейшнз; стимулирование сбыта; прямой маркетинг.

Скидки, купоны, сувенирная реклама, гарантии, льготы, продажа товара в кредит, специальные предложения, распродажи.

Пресс-релиз; статьи в прессе, интервью, проведение семинаров, спонсорство, дни открытых дверей, членство в клубах, презентации.

Письма, извещения, почтовые карточки, брошюры, листовки с информацией.

Задание № 7

Составьте синонимы к следующим словам, уместным в деловой коммуникации:

- уведомление;
- оповещение;
- отправление;
- приказ.

Задание № 8

Определение какого понятия дано в предложении?

В процессе его человек удовлетворяет потребность в общении, например общении друзей.

Задание № 9

Выполните тестовое задание, при необходимости воспользуйтесь лекционным материалом.

1. Лоббирование – это

- медицинская операция;
- услуги по взаимодействию с государственными органами с целью создания оптимальных условий для деятельности фирмы;
- оборонное действие при нападении.

2. Какая организация относится к некоммерческим:

- частный детский сад;
- городская больница;
- частная типография.

3. Предпринимательство

- всегда выгодно;
- это фактор производства;

- никогда не обходится без риска.

4. Фирма, заботящаяся о своей репутации, заинтересована
- только в извлечении прибыли;
 - в брендировании товаров;
 - в развитии собственной пиар - службы.

5. Дивиденды - это

- часть доходов корпорации, которая распределяется между держателями акций;
- проценты от аренды недвижимости;
- привилегированные акции.

Контрольные вопросы по разделу 1 «Основы деловой коммуникации»

1. Формы деловой коммуникации.
2. Монолог и принципы его построения.
3. Основные характеристики общения.
4. Деловое общение и его функции.
5. Деловая беседа и ее фазы.
6. Правила проведения деловых собраний.
7. Деловой телефонный разговор.
8. Классические правила ведения диалога.
9. Структура делового общения.
10. Стратегии делового общения.
11. Социально - психологические проблемы деловых отношений в рекламной сфере.
12. Законы деловой коммуникации.
13. Коммуникационные эффекты делового общения.
14. Классификация деловых коммуникаций.
15. Основные стили общения.

2. ДЕЛОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ

Целью данного раздела является возможность практического изучения роли деловых документов в системе массовых коммуникаций, умение анализировать различные виды деловой переписки и особенности составления деловых документов в области рекламной деятельности фирмы.

Задание № 1

Сформируйте данные ниже слова в три группы:

- законодательные документы;
- дипломатические документы;
- деловые документы.

Закон, нота, договор, указ, меморандум, должностная инструкция, справка, протокол, пакт, соглашение, объяснительная записка, заявление, характеристика, анкета, расписка, доверенность, устав, нормативный акт.

Задание № 2

Составьте стандартное резюме, используя образец представленный в приложении 1.

Задание № 3

Сравните столбцы в таблице 2.1 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 2.1

Термин	Определение
1. Акт -	документ, предоставляющий собой трафаретный текст, содержащий вопросы по определенной теме и место для ответов на них
2. Бланк -	единица хранения письменных документов в архиве, помещенных в отдельную папку
3. Дело -	согласие на предложение вступить в сделку, заключить договор на условиях, указанных в предложениях
4. Акцепт -	белый лист с частично напечатанным текстом и пробелами, который заполняется актуальной информацией
5. Анкета -	документ, составленный несколькими лицами и подтверждающий установленные факты или события

Задание № 4

Определение, какого делового документа дано в предложении?

Краткое, актуальное, социально значимое письменное сообщение для средств массовой информации от имени руководства предприятия.

Задание № 5

Выберите слова, которые наиболее часто употребляются в деловых документах.

Вышеназванный, пропагандировать, забвение, понукать, вышибала, правонарушения, утрировать, самовнушение, самостоятельный, рекламировать, соизволение, сострадать, стимулировать, наигранный.

Объясните свой выбор.

Задание № 6

Составьте деловое письмо, используя образец представленный в приложении 2. Тему выберите самостоятельно.

Задание № 7

Составьте эссе на тему «Слово, как действие в официальной коммуникации».

Задание № 8

Объясните пословицы и поговорки и выберите, какие из них уместны в деловом общении:

- «Держать марку»;
- «В чужой монастырь со своим уставом не ходят»;
- «Выносить сор из избы».

Задание № 9

Сравните столбцы в таблице 2.3 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 2.3

Термин	Определение
1. Ведомость -	документы, составленные учреждениям или должностным лицом и оформленные в установленном порядке
2. Виза -	решение, принятое совещанием по обсуждаемому вопросу
3. Официальные документы -	перечень видов работ, услуг, товаров с указанием цен и расценок
4. Прейскурант -	перечень каких-либо сведений, расположенных в определенном порядке
5. Повестка -	подпись, подтверждающая факт ознакомления должностного лица с документом
6. Резолюция -	официальное сообщение частному лицу с предложением куда-либо прийти

Задание № 10

Выполните тестовое задание, при необходимости воспользуйтесь лекционным материалом.

1. Что такое пресс – релиз?

- информационное сообщение; наиболее распространенный способ передачи информации прессе;
- отдел промышленного предприятия, отвечающий за реализацию прессов;
- мероприятия, на которые не допускаются журналисты.

2. Презентация – это

- организация банкетных мероприятий организуемая спонсорами;
- специальное шоу для демонстрации новых изделий и других инноваций;
- мероприятия по проведению выборов президента фирмы.

3. Чем отличается презентация от выставки?

- на презентации в отличие от выставок запрещено употребление спиртных напитков;
- эти понятия равносильны по значению;
- на выставке экспонируются любые изделия, а презентация проводится с целью познакомить потребителей с новинками.

4. Тренинг – это

- расписание железнодорожных поездов;
- оплата за транспортировку услуг;
- особый вид учебной деятельности, направленной на формирование поведенческих навыков.

5. Кетч – это

- сленговое название кетчупа;
- яркий рекламный лозунг, цель которого привлечь внимание покупателей;
- переманивание журналистов из одного издательства в другое за счет более высокой оплаты труда.

6. Пресс – кит – это

- разновидность северных китов;
- набор рекламных материалов для вручения представителям СМИ;
- отпечатанная информация о фирме.

7. Дайджест – это

- персонаж художественного фильма;
- специальный жест, используемый в деловом общении;
- сборник цитат позаимствованных из одного или нескольких однородных информационных источников.

Задание № 11

Составьте пресс - релиз, используя образец представленный в приложении 3. Тему выберите самостоятельно.

Задание № 12

Исключите лишние определения из основных монологических жанров деловой письменной речи:

- договор;
- деловое письмо;
- резюме;
- письмо – просьба;
- доклад;
- ходатайство;
- информационное письмо;
- письмо – приглашение;
- благодарственное письмо;
- гарантийное письмо;
- коммерческое предложение;
- ответ на коммерческое предложение;
- служебная записка;
- рекламация;
- реферат;
- служебная телеграмма.

Задание № 13

Напишите заявления, используя форму в приложении 4 по следующим темам:

- с просьбой вам уйти в академический отпуск;
- с просьбой принять вас на работу менеджером по рекламе;
- с просьбой предоставить вам материал для составления договора.

Контрольные вопросы по разделу 2 «Деловые документы»

1. Основы устного общения.
2. Публичное выступление как вид устного, делового общения.
3. Основные документы делового общения.
4. Законы публичной речи.
5. Формирования процесса слушания при публичном выступлении.
6. Язык деловой переписки.
7. Вербальное, деловое общение.
8. Методы воздействия на аудиторию.
9. Деловая переписка как вид письменного, делового общения.
10. Рекламный текст как вид деловой письменной коммуникации.
11. Делопроизводство.
12. Стандартизация деловых бумаг на предприятии.
13. Унификация служебных документов.
14. Стилистические нормы в деловых документах.
15. Рекламация.

3. ДЕЛОВОЙ ПРОТОКОЛ И ЭТИКЕТ

Целью данного раздела является возможность практического изучения этических основ делового общения, формирования современной деловой культуры и деловой этике в рекламе. Подробно рассмотрены задания по деловому этикету, проведению бизнес – протоколов, этическим основам делового общения и всевозможным этическим нарушения и приемам недобросовестной рекламы.

Задание № 1

Определение, какого понятия дано в предложении?

Наука об отношениях, существующих между людьми и об обязанностях, вытекающих из этих отношений.

Задание № 2

Сравните столбцы в таблице 3.1 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 3.1

Термин	Определение
1. Деловой этикет -	совокупность всех этикетных речевых средств и правила их использования в тех или иных ситуациях
2. Светский этикет -	искусство красноречия
3. Деловая этика -	фразеологизированные предложения, являющиеся готовыми языковыми средствами
4. Речевая этика -	знания приличий, умение держать себя в обществе
5. Этикетная формула -	совокупность норм поведения предпринимателя
6. Риторика -	установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов

Задание № 4

Дайте определения понятию невербальное деловое общение.

Задание № 5

Приведите по 3 примера к каждому из следующих выражений:

- речевой штамп;
- канцеляризм;
- вульгаризм;
- жаргонизм;
- слово-паразит.

Задание №6

Исключите лишнее, официально - деловой стиль характеризуют:

- употребление разговорной лексики;
- использование научной терминологии;
- компактность изложения материала;
- отсутствие невербальной стороны общения;
- безличность;
- использование номенклатурных названий;
- высокая регламентированность речи;
- строгость изложения.

Задание № 7

Дайте определения понятию вербальное деловое общение.

Задание № 8

Сравните столбцы в таблице 3.2 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 3.2

Термин	Определение
1. Кинесика -	система вокализации речи (тон, темп, громкость голоса, тембр, интонация)
2. Просодия -	средства общения (рукопожатие, объятия, поцелуи)
3. Экстралингвистика -	ориентация партнеров в момент общения и дистанция между ними
4. Такестика -	это мимика, поза, жесты, взгляд
5. Проксемика -	эмоциональное звуковое сопровождение речи (смех, плач, вздох, покашливание)

Задание № 9

В каких деловых ситуациях возможно употребление следующих фразеологизмов:

- махнуть рукой;
- задавать тон;
- стиснув зубы;
- делать большие глаза;
- нахмурить брови;
- положить руку на сердце;
- вертеть головой;
- поджать губы;
- прятать глаза;
- наморщить лоб.

Задание № 10

Сравните столбцы в таблице 3.3 и найдите соответствие.

Таблица 3.3

Термин	Определение
Врач	профессия, связанная с разработкой рекламной концепции
Учитель	профессия, связанная с медицинским обслуживанием
Менеджер	профессия, связанная с планированием и размещением рекламы на медиаканалах
Криэйтер	профессия, связанная с обучением и воспитанием людей
Медиапланнер	профессия, связанная с управлением производством и руководством людьми

Задание № 11

Объясните, как вы понимаете следующие выражения:

- находить общий язык;
- дать волю языку;
- говорить на разных языках;
- эзопов язык.

Контрольные вопросы по разделу 3 «Деловой протокол и этикет»

1. Фольклорные правила речевого этикета.
2. Невербальное, деловое общение.
3. Речевой этикет.
4. Композиция и стиль речи.
5. Логика и культура речи.
6. Этикет.
7. Деловая этика в рекламе.
8. Основы деловой этики.
9. Проведение протокольных мероприятий.
10. Раскройте основные позиции по вопросу о соотношении этики, бизнеса и рекламы, которые существуют сегодня.
11. Определите особенности российской бизнес - культуры и направления ее совершенствования.
12. Сформируйте условия и особенности развития деловой культуры в России и реклама.
13. История развития риторики и этики.
14. Психология делового общения.
15. Культура ведения телефонного разговора.

4. ТЕХНОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ И ПРАКТИКА ВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Целью данного раздела является возможность практического изучения теории и практики ведения деловых переговоров; формирование техники убедительной аргументации с учетом восприятия партнера и предотвращения конфликтных ситуаций; изучение современных концептуальных подходов к ведению деловых переговоров и отражению возможных спекулятивных приемов оппонентов.

Задание № 1

В списке слов используются различные деловые жанры, исключите лишнее и оставьте только жанры побуждения:

- приказ;
- аннотация;
- служебное распоряжение;
- инструкция;
- заявление;
- резюме;
- запрос;
- жалоба;
- рекомендация;
- публичная речь.

Задание № 2

Составьте эссе на тему «Международные деловые переговоры».

Задание № 3

Определение, какого понятия дано в предложении?

Официальный обмен мнениями и информацией, который предусматривает подписание документов, определяющих взаимные обязательства сторон.

Задание № 4

Выполните тестовое задание, при необходимости воспользуйтесь лекционным материалом.

1. Что такое кейс - метод?

- метод анализа ситуации;
- метод исследования рынка кейсов;
- метод тестирования рекламы.

2. Маркетинг – это

- инкрустация по дереву;
- социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей, как индивидов, так и групп посредством создания, предложения и обмена на рынке обладающих ценностью товаров и услуг;
- разметка разграничительных полос на дорогах.

3. Спонсорство – это

- вид предпринимательской деятельности, основная цель которого – действия на благо как самого предпринимателя, так и получателя его помощи;
- изменения величины спроса на рынке;
- искусство ведения дискуссий.

4. Деловой протокол – это

- деловой документ, заполняемый после проведения международных переговоров;

- организация встреч, ведение записи бесед, обеспечение сувенирами, формирование культурной программы;
- разработка протокольных мероприятий.

5. К протокольным мероприятиям относятся:

- деловой завтрак;
- деловой обед;
- деловой полдник;
- чай;
- деловой ужин;
- прием.

6. Слоган – это

- рекламный лозунг, призыв;
- ситуация, когда отсутствует единое мнение;
- сокращенное название двух иностранных слов.

7. Деловая беседа по телефону – это

- встреча официальных лиц;
- самый быстрый деловой контакт;
- обмен мнениями по определенному вопросу.

Задание № 5

Сравните столбцы в таблице 4.1 и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу.

Таблица 4.1

Термин	Определение
1. Взаимная коммуникация -	специфическая форма контактов между людьми, имеющими полномочия от своих организаций, в ходе которых происходит обмен мнениями и целенаправленное обсуждение конкретной проблемы с целью поиска взаимовыгодного варианта решения
2. Деловая беседа -	постоянный обмен ролями между адресатом и адресантом в процессе коммуникации
3. Дискуссия -	процесс, в котором вырабатываются позиции сторон
4. Взаимоприемлемые переговоры -	обсуждение какого-либо спорного вопроса или исследование проблемы, в котором каждая сторона оппонирует мнение собеседника, аргументирует свою позицию и претендует на достижение цели

Задание № 6

Составьте эссе на тему «Современные концепции ведения деловых переговоров в рекламном бизнесе».

Задание № 7

Выберите подходящий вариант делового воздействия на партнера по переговорам:

- придавать особую энергетiku речи;
- с помощью словесных формул выражать отношения при встрече и расставании;
- соблюдать языковую нормативность деловой речи.

Задание № 8

Определение, какого понятия дано в предложении?

Документ, фиксирующий соглашение двух или нескольких сторон.

Задание № 9

Объясните значение следующих слов:

- апелляция;
- реестр;
- директива;
- сертификат;
- формуляр;
- ходатайство.

Задание № 10

Выберите из списка вопросы – указатели (пойнтеры), которые используются в деловых переговорах:

- глагол;
- прилагательное;
- правило;
- существительное;
- право;
- сравнение;
- обобщение;
- союз.

Задание № 11

Выделите и дайте объяснения словам и выражениям, употребляющимся только в официально – деловой речи:

- иметь место;
- подлежат изъятию;
- медленно;
- согласно желанию рекламодателя;
- истец;
- баллотироваться;
- исходящий;
- хозяин;
- статус кво;
- лицензия.

Контрольные вопросы по разделу 4

«Технология делового воздействия и практика ведения деловых переговоров»

1. Управление конфликтной ситуацией.
2. Пойнтеры.
3. Особенности делового общения с различными психологическими типами личностей.
4. Место критики в споре.
5. Факторы повышения доверия к информации.
6. Особенности проведение деловых переговоров при большом количестве участников.
7. Деловые переговоры: их виды, процесс, этапы.

8. Структура и процесс конфликта.
9. Тактика и порядок ведения переговоров.
10. Методы влияния на партнеров в ходе деловых переговоров.
11. Национальные особенности делового общения.
12. Особенности ведения международных переговоров.
13. Методы построения аргументации.
14. Управление деловыми конфликтами при работе с клиентами в рекламном бизнесе.
15. Современные концепции ведения деловых переговоров в рекламном бизнесе.

Рекомендуемая литература

1. Андреева И.В. Этика деловых отношений. СПб.: Вектор, 2005.
1. Бороздина Г.В. Психология делового общения. - М., 1998 г.
2. Бройниг Г. Руководство по ведению переговоров. Рекомендации для успешного проведения переговоров. Пер с нем.- М., 1996 г.
3. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта. - М., 1996 г.
4. Киперман Г.Я., Сурганов Б.С. Популярный экономический словарь. М.: Экономика, 1993.
5. Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие. – М., 1998 г.
6. Кукушкина В.С. Психология делового общения. Ростов на Дону.: МарТ, 2003.
7. Мудров А.Н. Основы рекламы. М.: Экономистъ, 2005.
8. Поваляева М.А. Психология и этика делового общения. Ростов на Дону.: Феникс, 2004.
9. Рогожкин М.Ю. Документы делового общения. М.: РДЛ, 2005.
10. Соловьев Э.Я. Этикет делового человека. Организация встреч, приемов, презентаций. - М., 1993 г.
11. Формановская Н.И. Употребление русского речевого этикета - М., 1994 г.
12. Шарков Ф.И. Теория коммуникаций. М.: РИП – холдинг, 2005.
13. Ягер Д. Деловой этикет. – М., 1994г.

Образец составления резюме

Позиция:
переводчик с английского языка, методист

Иванова Мария Ивановна

Дата рождения: 1. 01. 1976

Образование: высшее гуманитарное

Стаж работы: 5 лет

Домашний адрес: _____

Домашний телефон: _____

Мобильный телефон: _____

Место работы (учебы): _____

Рабочий телефон/факс: _____

Адрес e-mail: _____

Сведения об образовании и имеющемся опыте работы:

ЗАО «Альфа» - гид с английского языка - 05. 2002 – по настоящее время.

МГУ им. М.В. Ломоносова, факультет иностранных языков – ассистент кафедры иностранных языков - 09. 1999 – 07. 2002.

МГУ им. М.В. Ломоносова – студентка дневного отделения - 09. 1992 – 07. 1999.

Сведения о профессиональных и личностных качествах:

Коммуникабельность, высокая работоспособность, доброжелательность.

Дополнительное образование:

Курсы иностранных языков при Дипломатической Академии МИД РФ – 01. 2001 – 12. 2001.

Прочие сведения:

Пользователь ПК, водительские права.

Отличие и награды:

Не имею.

Интересы, склонности:

Увлекаюсь живописью.

Сведения о рекомендациях:

Рекомендации имеются и при необходимости могут быть предоставлены.

Личная подпись

М. И. Иванова

15. 05. 2006 года

Образец составления делового письма

Министерство связи Российской Федерации
Закрытое акционерное общество
«Европа»
(ЗАО «Европа»)

195298, г. Санкт-Петербург, ул. Коммуны, д. 4. Тел. (812) 333-22-11. Факс (812) 333-22-12.
E-mail: evropa @ ru
ОКПО 8000000000, ОГРН 1300000000000, ИНН/КПП 1000000000/9000000000

_____ № _____
На № _____

Начальнику типографии
ЗАО «Курьер»
Назарову И.П.

Письмо о заключении
договора на 2007 год

Уважаемый Иван Петрович!

Сообщаю Вам, что проект договора о нашем взаимном сотрудничестве на 2007 год рассмотрен. В этой связи я просил бы Вас, сообщить мне удобную Вам дату для встречи, в ходе которой мы могли бы обсудить окончательный вариант указанного договора. Перечень вопросов для обсуждения прилагается.

Надеюсь, что и в будущем году сотрудничество между нашими организациями будет успешным.

С уважением,
начальник рекламного отдела

И.И. Иванов

Образец составления пресс – релиза

Общество с ограниченной ответственностью «РИАЛ»

ООО «РИАЛ»

ПРЕСС – РЕЛИЗ

21.10.2006 год

№ ПР - 3

Эмбарго

09ч. 00мин. 1. 11. 2000 года

отдел PR

Все на молодежный рекламный фестиваль!

Рекламный фестиваль!

В Манеже с 1 по 5 декабря 2006 года пройдет первый молодежный рекламный фестиваль!

Он будет посвящен телевизионным рекламным роликам!

Особое внимание будет уделяться рекламным роликам, представленным Российскими молодыми режиссерами. В фестивале примут участие такие известные фирмы как «Невская Косметика», «Горизонт», «Пискаревский молочный завод».

Все участники фестиваля получают памятные призы!

Более подробную информацию о фестивале можно получить в газете «Комсомольская Правда».

Контактная информация: г. Санкт – Петербург, ул. Ломоносова, д. 20. Тел.: 333-33-33

Образец составления заявления

Генеральному директору ООО «Корд»
Иванову А. И.

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу Вас выдать мне справку о заработной плате для предоставления в Управление социальной защиты населения Кировской городской администрации.

Менеджер по реализации

И. И. Петров

01. 12. 2006 года