

# БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе и  
образовательным инициативам

\_\_\_\_\_ О. Н. Здрок  
« 2 » июля 2020 г.  
Регистрационный № У Д-8628/уч.



## **ТЕХНОЛОГИИ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА МЕДИАКОНТЕНТА**

**Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 01 09 Журналистика международная

2020 г.

# БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе и  
образовательным инновациям

\_\_\_\_\_ О. Н. Здрок

« 2 » июля \_\_\_\_\_ 2020 г.

Регистрационный №УД-8628/уч.

## **ТЕХНОЛОГИИ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА МЕДИАКОНТЕНТА**

**Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 01 09 Журналистика международная

2020 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 01 08-2013 и учебного плана УВО № Е23-267/уч. от 29.05.2015 г.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

*Никонович Д.О.*, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики Белорусского государственного университета

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Воюш И. Д.*, кандидат филологических наук, доцент кафедры медиалогии Белорусского государственного университета, доцент

*Заяц Н. В.*, кандидат филологических наук, доцент кафедры белорусской и зарубежной литературы Белорусского государственного педагогического университета им. Максима Танка, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой периодической печати и веб-журналистики Белорусского государственного университета (протокол № 9 от 16 июня 2020 г.);

Научно-методическим Советом Белорусского государственного университета (протокол № 5 от 17 июня 2020 г.).

Заведующая кафедрой  
периодической печати и веб-журналистики

С. В. Харитонова

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа учебной дисциплины «Технологии эффективного менеджмента медиаконтента» предназначена для первой ступени высшего образования по направлению специальности 1-23 01 09 «Журналистика международная».

**Цель** учебной дисциплины – дать студентам системное представление о менеджменте медиаконтента, ознакомив их актуальными управленческими технологиями создания и организации информационных потоков в традиционных и новых медиа.

**Задачи** учебной дисциплины:

1. сформировать у студентов практические умения и навыки в сфере менеджмента медиаконтента;
2. ознакомить студентов с процессами создания и организации медиаконтента в различных видах СМИ;
3. раскрыть специфику медиаконтента как продукта и товара, особенности оценки его качества;
4. предложить методы и инструменты, применимые в ежедневной управленческой практике редакции СМИ.

**Место учебной дисциплины** «Технологии эффективного менеджмента медиаконтента» в цикле факультативных дисциплин компонента учреждения высшего образования определяется предметом её изучения, которым являются управленческие основы творческой деятельности журналистов в процессах создания и организации медиаконтента для редакции СМИ. Учебная дисциплина тесно связана с такими учебными дисциплинами специальности, как «Основы творческого мастерства», «Современные стратегии медиамаркетинга». Ее особенностями являются обновленное содержание, акцентуация на компетентностном подходе в обучении, усиление роли и увеличение доли практической подготовки студентов, использование современных педагогических технологий.

**Требования к компетенциям**

Освоение учебной дисциплины «Технологии эффективного менеджмента медиаконтента» должно обеспечить формирование следующих *академических, социально-личностных и профессиональных* компетенций.

*Академические* компетенции:

АК–1. Уметь применять базовые научно-теоретические навыки для решения теоретических и практических задач.

АК–2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК–3. Владеть исследовательскими навыками.

АК–4. Уметь работать самостоятельно.

АК–6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

АК–7. Иметь навыки, связанные с использованием технических приспособлений, управлением информацией и работой с компьютером.

АК–8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.

АК–9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию на протяжении всей жизни.

*Социально-личностные компетенции:*

СЛК–1. Обладать качествами гражданственности.

СЛК–2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК–3. Владеть способностями к межличностным коммуникациям.

СЛК–5. Быть способным к критике и самокритике.

СЛК–6. Уметь работать в команде.

*Профессиональные компетенции:*

ПК-2. Планировать, разрабатывать и реализовывать стратегии, кампании и мероприятия по продвижению, национального контента на зарубежные информационные рынки.

ПК-7. Работать с зарубежной и международной документацией в сфере медиа.

ПК-8. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

ПК-13. Использовать современные информационные и коммуникационные технологии в области зарубежной и международной журналистики.

ПК-14. Применять новейшие информационно-коммуникационные технологии для оптимизации внутриорганизационного взаимодействия в различных видах СМИ.

ПК-19. Проводить сбор, обработку, систематизацию, актуализацию, представление, распространение, анализ и интерпретацию зарубежной и международной информации с использованием современных информационных и коммуникационных технологий.

ПК-27. Уметь применять систему методов журналистского творчества: жанровые разновидности журналистского текста и особенности работы над материалами разных жанров.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:* какие существуют теоретические подходы к управлению процессами создания и организации медиаконтента в редакции СМИ; что представляет собой менеджмент медиаконтента как специфически журналистская управленческая деятельность; на каких уровнях осуществляется менеджмент медиаконтента; как фиксировать внутренние стандарты редакции СМИ; как конструировать формат медиа; как создавать эффективные элементы контента;

*уметь:* обеспечивать управление сотрудниками СМИ в процессах создания и организации медиаконтента для редакции СМИ, мотивировать их к труду; эффективно взаимодействовать с работниками редакции на разных уровнях служебной иерархии; анализировать контент при помощи изученных методов оценки; создавать заголовки, лиды, корпуса медиатекстов; ориентироваться в процессах создания контента для разных технологических и коммуникативных платформ.

*владеть:* методами поиска, обработки, систематизации информации в рамках курса; техникой работы с печатными, электронными, сетевыми источниками информации; методиками профессиональной диагностики и оценки медиапродукта.

### **Структура учебной дисциплины.**

Дисциплина изучается в 4 семестре. Всего на ее изучение учебной дисциплины «Технологии эффективного менеджмента медиаконтента» отведено:

– для дневной формы получения высшего образования – 34 часа, в том числе 34 аудиторных часа, из них: семинарские занятия – 34 часа.

Форма текущей аттестации – зачет.

# СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

## 1. Введение в дисциплину

Содержание и соотношение понятий «менеджмент» и «управление». Медиаменеджмент и сдвоенный характер медиарынка. Виды менеджмента. Обязанности и компетенции медиаменеджера. Функции медиаменеджмента. Уровни менеджмента в редакции СМИ.

Менеджмент продукта и менеджмент качества. Маркетинговый подход к созданию медиапродукта. Менеджмент медиаконтента как специфически журналистская управленческая деятельность.

## 2. Формализация процессов создания и организации медиаконтента

Редакционная коллегия, редакционная политика и редакционные стандарты. Функции редакционной политики. Документальная фиксация редакционной политики: книги стилей и книги брендов (брендбуки, стайлбуки, гайдлайны и др.). Брендинг и нейминг.

Содержание редакционной политики. Контент-стратегия издания: философия, миссия, манера общения с аудиторией, этика и профессиональные принципы, разделы, рубрики, жанры. Взаимоотношения автора и редакции в вопросах создания контента. Работа с источниками. Техническая «этика»: фактчекинг и порядок опровержения. Язык издания, типографика, структура публикации, иллюстрации. Верификация и валидация медиаконтента. Редакционные метрики.

## 3. Форматообразующие принципы в менеджменте медиаконтента

Понятие формата. Медиа *«one-size-fits-most»* и специализированные медиа. Ведущие принципы образования формата в медиа: тематический, жанровый, структурно-композиционный, визуально-графический. Использование форматообразующих принципов в медиапрактике: роль темы, жанра, композиции и визуала в формировании концепции медиа. Комбинация форматообразующих принципов в конструировании концепции медиа.

## 4. Новостные качества: тематический план создания контента

Тематический анализ контента. Масштаб воздействия новости. Своевременность новости. Известность героев новости. Территориальный фактор новости (глобальность, локальность, «глокальность»), закон МакЛюрга. Неординарность события. Конфликт в новости. Резонансность и актуальность

события. Реконструкция событий. Апдэйт новости. Внимание журналиста к человеку (персонификация информации). Внимание автора к «проблемам повседневности» (лайфхаки, ежедневные потребности аудитории и др.).

## **5. Структурно-функциональная организация журналистского контента**

Методы создания и организации газетно-журнального контента: импровизация, рубрицирование, комплексное планирование.

Принципы создания и организации веб-контента: режим 24/7, регулярный поиск новостей, высокая оперативность в обработке первоисточников, уникальность информационных поводов, продуманный и «дружелюбный» интерфейс, активное взаимодействие с пользователями, использование объектов мультимедиа. Коммуникация с пользователями социальных медиа. Пирамида Грэма.

Программинг в телевещании. Программная сетка (сетка вещания). Активный и пассивный программинг. Вертикальный, линейный, блоковый программинг. Программинговые стратегии удержания аудитории: группировка, «подвешивание», «подпираание», «бесшовный переход», контрпрограммирование.

Радиовещательный программинг. Вертикальный и горизонтальный программинг. Форматы вещания: музыкальный, разговорный, новостной.

Актуальные модели изложения новости: «перевернутая пирамида», «устойчивая пирамида», «песочные часы».

Элементы текстовой навигации. Заголовочный комплекс как средство удовлетворения информационных потребностей аудитории. Методика создания эффективного лида.

Презентация фото- и иллюстративного контента. Нежелательные фото-клише (по Т. Харроуэру). Размеры и способы размещения изображений в различных социальных медиа.

## **6. Качество и оценка медиаконтента**

Проблема критериев качества медиаконтента. Качество журналистского текста как информационного продукта. Признаки качественной прессы. SWOT-анализ продуктов и услуг медиаорганизаций. Метод Дельфи как систематический способ обобщения экспертных оценок. ТАСТ-тест как метод оценки качества заголовка. Контент-анализ в медиаменеджменте.



## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования

№ раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	Введение в дисциплину			4				Контрольные опросы
2	Формализация процессов создания и организации медиаконтента			6				Составление презентаций / Эвристическое задание
3	Форматообразующие принципы в менеджменте медиаконтента			6				Доклады
4	Новостные качества: тематический план создания контента			6				Доклады / Тесты
5	Структурно-функциональная организация журналистского контента			6				Отчеты о домашних практических упражнениях с их устной защитой
6	Качество и оценка медиконтента			6				Составление презентаций
	<b>Итого</b>			<b>34</b>				

# ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная:

1. Вырковский, А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход / А. В. Вырковский. – Москва : МедиаМир, 2016. – 334 с.
2. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин [и др.] ; под. науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург : Гуманитар. ун-т, 2016. – 304 с.
3. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / под. общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом ВШЭ, 2017. – 413 с.
4. Нікановіч, Д. А. Тэорыя і практыка менеджменту кантэнт-менеджменту беларускіх СМІ / Д. А. Нікановіч ; навук. рэд. В. М. Самусевіч. – Мінск : БДУ, 2018. – 187 с.
5. Основы медиабизнеса : учебник / под. ред. Е. Л. Вартановой. – М. : Аспект Пресс, 2017. – 400 с.

### Дополнительная:

1. Выпуск учебной газеты [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс / Т. В. Силина-Ясинская, Н. В. Саянова, Д. О. Никонович [и др.] ; под общ. ред. О. М. Самусевич. – Минск : БГУ, 2019.
2. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста : учеб.-метод. пособие / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019. – 239 с.
3. Дроздов, Д. Менеджмент контента как важнейший тренд управления современными медиа / Д. Дроздов // Стылістыка: мова, маўленне і тэкст : зб. навук. прац: да 95-годдзя заслужанага работніка адукацыі Рэсп. Беларусь, д-ра філал. навук, праф. М. Я. Цікоцкага / пад агул. рэд. В. І. Іўчанкава. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2017. – С. 465–470.
4. Дроздов, Д. Современные подходы к проблеме технологий создания журналистского контента / Д. Дроздов // Журналістыка ў суладзі з жыццём : да 90-годдзя заслужанага дзеяча культуры Рэсп. Беларусь, д-ра філал. навук, праф. Б. В. Стральцова : зб. навук. прац / пад агул. рэд. канд. філал. навук дац. В. П. Вараб'ёва. — Мінск : БДУ, 2016. – С. 261–265.
5. Журналісцкае майстэрства [Электронны рэсурс] : вучэб.-метадыч. комплекс / Д. А. Нікановіч [і інш.] ; пад агул. рэд. В. М. Самусевіч, Д. А. Нікановіча. – Мінск : БДУ, 2020.
6. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учеб. пособие / В. Л. Иваницкий. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 254 с.

7. Кирия, И. В. Управленческий аудит медиакомпаний: учеб. пособие / И. В. Кирия, В. П. Чумакова : под общ. ред. М. В. Блиновой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. Дом ВШЭ, 2014. – 239 с.

8. Нікановіч, Д. А. Адаптацыя практыканта-журналіста да ўнутраных рэдакцыйных стандартаў / Д. А. Нікановіч // Весці БДПУ. Сер. 1. Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. – 2018. – № 4. – С. 72–77.

9. Нікановіч, Д. А. Менеджмент кантэнту СМІ: тэарэтыка-метадалагічны базіс / Д. А. Нікановіч // Журнал Беларус. гос. ун-та. Журналістыка. Педагогіка. – 2018. – № 1. – С. 24–35.

10. Редакционный стандарт ТАСС: учеб. пособие для студентов вузов / Автор-сост. А. В. Лебедев ; отв. ред. М. Г. Филимонов. – М. : Аспект Пресс, 2020. – 176 с.

11. Степанов, В. А. Социальные медиа : электронный учебно-методический комплекс для специальностей: 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика (международная)» / В. А. Степанов. – Минск : БГУ, 2018. – 109 с.

## ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ И МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИТОГОВОЙ ОЦЕНКИ

Для диагностики компетенций используются следующие формы:

1. Устная форма
2. Письменная форма
3. Устно-письменная форма
4. Техническая форма

К **устной форме** диагностики компетенций относятся:

1. Доклады на семинарских занятиях.
2. Устный зачет.

К **письменной форме** диагностики компетенций относятся:

1. Тесты.
2. Контрольные опросы.
3. Письменный зачет.

К **устно-письменной форме** диагностики компетенций относятся:

1. Отчеты о домашних практических упражнениях с их устной защитой.
2. Устно-письменный зачет.

К **технической форме** диагностики компетенций относятся:

1. Составление презентаций.
2. Выполнение заданий на дистанционной платформе.

Оценка за опрос:

- ответ (полноту ответа) – 60 %;
- постановку вопросов – 40 %.

Оценка устной презентации включает:

- содержание выступления (ясность, доказательность, соответствие теме и аудитории) – 50 %;
- взаимодействие с аудиторией – 25 %;
- применение визуальных средств – 25 %.

Оценка выполнения творческих заданий включает:

- использование полученных теоретических знаний – 60 %;
- оригинальность интерпретации творческой задачи – 40 %.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая система, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине:

- посещение занятий (ответы на занятиях, участие в дискуссии) – 50 %.
- выполнение семинарских заданий (отчеты) – 50 %.

### **Примерный перечень заданий для семинарских (аудиторных) занятий**

1. Найдите в открытых источниках редакционную политику реально существующего медиа. Расскажите об основных положениях редакционной политики в форме презентации. Укажите, какие пункты редакционной политики показались вам важными. Что нового вы узнали о технологиях подготовки медиаконтента? Какие решения редакции показались вам достойными подражания?

2. Найдите в открытых источниках стайлбук реально существующего медиа. Кратко (в форме презентации) изложите содержание стайлбука, заострив внимание аудитории на моментах, которые показались вам необычными / важными / ценными / поучительными.

3. Найдите в открытых источниках брендбук реально существующего медиа. Представьте сведения из брендбука в удобной для аудитории визуальной форме. Расскажите о назначении брендбука СМИ и о его содержании, которое могло бы заинтересовать партнеров / рекламодателей / потребителей медиа.

4. Создайте презентацию о форматобразующих принципах в менеджменте медиаконтента. Приведите примеры реально существующих медиа, чей формат преимущественно основан на одном из принципов: тематическом, жанровом, структурно-композиционном, визуально-графическом. Расскажите, проявляются ли сопутствующие форматобразующие принципы в концепции перечисленных вами медиа.

5. Проиллюстрируйте каждое новостное качество (своевременность, известность героя и др.) примерами из новостей белорусских медиа.

6. Определите 10 самых рейтинговых публикаций на любом из доступных вам белорусских цифровых медиаресурсов. Объясните востребованность этих публикаций присущими им новостными качествами (своевременность, известность героя и др.).

7. На каждый из нежелательных типов заголовков («нулевой», оценочный, заголовок-штамп) подберите примеры из реальной медиапрактики. Предложите варианты улучшения / дополнения / полной замены этих заголовков, используя техники создания хедлайнов, подзаголовков и др. элементов заголовочного комплекса.

8. Найдите на любом из доступных вам белорусских цифровых медиаресурсов ложные заголовки. Назовите причины, по которым появляются такие заголовки. Оцените такую практику. Предложите замену этим заголовкам.

9. Проанализируйте любой новостной ресурс и найдите примеры фотоконтента, представляющего собой фотоклише (по классификации Т. Харроуэра). Предложите способы совершенствования такого контента.

### **Пример эвристического (открытого) задания для семинарских (аудиторных) занятий**

Представьте, что вы учредитель (главный редактор, генеральный директор, программный директор) средства массовой информации. Вы определились с типом издания, собрали штат редакции, подготовили уставную документацию и планируете запуск пилотной версии вашего продукта.

Вам предстоит создать редакционную политику вашего медиаресурса. Придумайте, основываясь на опыте ведущих мировых СМИ:

- а) в каком виде будет представлена ваша редполитика;
- б) какие стандарты по созданию контента будут в ней прописаны;
- в) как будет дополняться (обновляться) ваша редполитика.

Презентуйте проект редакционной политики вашего СМИ в наглядной и удобной для аудитории форме, принимая во внимание следующие параметры оценки вашей работы преподавателем:

1. Широкий охват в освещении творческих и бизнес-процессов редакции.
2. Глубокая и продуманная мотивировка творческих и бизнес-решений.
3. Этичность решений, их соответствие профессиональным нормам.
4. Владение специальной терминологией и специфическими знаниями, полученными из учебного курса.
5. Вовлеченность аудитории слушателей.

### **Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины**

При организации образовательного процесса используются:

1. *эвристический подход*, который предполагает: осуществление студентами лично-значимых открытий окружающего мира; демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем; творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов; индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности.

2. *практико-ориентированный подход*, который предполагает освоение содержания образования через решения практических задач; приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности; ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры; использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

3. *метод учебной дискуссии*, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме.

Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

4. *методы и приемы развития критического мышления*, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимания информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления.

## ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Медиаменеджмент: виды, функции, уровни.
2. Менеджмент медиаконтента: сущность деятельности.
3. Редакционная коллегия: роль, задачи, полномочия.
4. Понятия «редакционная политика» и «редакционные стандарты».
5. Функции редакционной политики.
6. Документальная фиксация редакционной политики.
7. Брендинг и нейминг.
8. Содержание редакционной политики.
9. Процессы верификации и валидации медиаконтента.
10. Понятие «редакционные метрики».
11. Подходы к определению понятия «формат».
12. Ведущие принципы образования формата в медиа.
13. Использование форматообразующих принципов в медиапрактике.
14. Тематический анализ контента. Новостные качества.
15. Методы создания и организации газетно-журнального контента.
16. Принципы создания и организации веб-контента.
17. Программинг в телевидении.
18. Радиовещательный программинг.
19. Актуальные модели изложения новости.
20. Элементы текстовой навигации.
21. Презентация фото- и иллюстративного контента.
22. Проблема критериев качества медиаконтента.
23. Качество журналистского текста как информационного продукта.
24. Признаки качественной прессы.
25. Методы оценки качества медиаконтента.



## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей программу (дата, № прот.)
1	2	3	4

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ  
ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

на \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ учебный год

№ пп	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры периодической печати и веб-журналистики (протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 202\_г.)

Заведующая кафедрой,  
кандидат филологических наук, доцент \_\_\_\_\_ С. В. Харитонова

**УТВЕРЖДАЮ**  
Декан факультета,  
кандидат филологических наук, доцент \_\_\_\_\_ О. М. Самусевич