Белорусский государственный университет

 (название высшего учебного заведения)

 **УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе БГУ

 (название высшего учебного заведения)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.В.Данильченко

 (подпись) (И.О.Фамилия)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (дата утверждения)

Регистрационный № УД-\_\_\_\_\_\_/раб.

**\_\_ Социология журналистики \_\_\_**

**(название дисциплины)**

**Учебная программа для специальности:**

**1 23 01 08 \_\_\_\_ Журналистика (по направлениям)**

 **(код специальности) (наименование специальности)**

**1 23 01 09 \_\_\_\_ Журналистика международная**

 **(код специальности) (наименование специальности)**

Факультет \_журналистики Института журналистики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (название факультета)

Кафедра \_\_социологии журналистики

 (название кафедры)

Курс (курсы) \_\_\_4\_\_\_\_\_\_\_\_

Семестр \_\_\_\_7\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Лекции \_\_\_12\_\_\_\_\_ Экзамен \_\_\_\_\_7\_\_\_\_\_\_\_\_

 (количество часов) (семестр)

Практические (семинарские)

занятия \_\_\_\_12\_\_\_\_\_ Зачет \_\_\_\_\_\_\_\_--\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (количество часов) (семестр)

Лабораторные

занятия \_\_\_\_\_\_\_--\_\_\_\_ Курсовой проект (работа) \_\_\_\_--\_\_\_

 (количество часов) (семестр)

Всего аудиторных

часов по дисциплине \_24\_\_\_\_\_

 (количество часов)

Всего часов Форма получения

по дисциплине \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ высшего образования \_\_\_дневная\_\_

 (количество часов)

Составил(а) Р.И. Мелешевич, старший преподаватель кафедры социологии журналистики \_\_\_

 (И.О.Фамилия, ученая степень, ученое звание)

2013 г.

Учебная программа составлена на основе базовой учебной программы «Социология журналистики» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(название типовой учебной программы, дата утверждения, регистрационный номер)

Рассмотрена и рекомендована к утверждению кафедрой социологии журналистики

(название кафедры)

 30. 08. 2013, пр. № 1

 (дата, номер протокола)

 Заведующий кафедрой

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.П. Воробьев

 (подпись) (И.О.Фамилия)

Одобрена и рекомендована к утверждению Учебно-методической комиссией Института журналистики БГУ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (название высшего учебного заведения)

 . .2013 г. протокол №\_\_\_\_

 (дата, номер протокола)

 Председатель

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.М. Самусевич

 (подпись) (И.О.Фамилия)

# ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Базовая учебная программа разработана для ВУЗов Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта по специальностям 1 23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», направление специальности -- 1 23 01 08-02 «Журналистика (аудиовизуальные СМИ)» и 1 23 01 09 «Журналистика международная».

**Главная цель --** формирование у студентов высокой социологической культуры и социологического мышления, освоение студентами социологии журналистики как области знания, научной дисциплины и как ведущего компонента квалификации современного журналиста; обогащение методического инструментария журналиста социологическими методами исследования социальной действительности для изучения природы и практики функционирования СМИ.

З**адачи** **дисциплины--** ознакомление с социологией журналистики как специальной социологической теорией; усвоение студентами элементарных понятий социологии журналистики, ознакомление с социологическими подходами к функционированию средств массовой информации (СМИ) в обществе; обучение студентов практике использования данных социологических исследований в своей профессиональной деятельности, получение ими навыков социологического анализа, освоение принципов социологической журналистики; выявление направлений для практического применения методов социологии журналистики в программировании изданий и каналов, творческой деятельности журналистов, маркетинге и менеджменте СМИ; ознакомление с организацией сбора и анализа социологической информации о СМИ в деятельности научных организаций и редакций.

**Роль и место дисциплины в профессиональной подготовке журналистов.** Дисциплина «Социология журналистики» связана, с одной стороны, с дисциплинами социально-гуманитарного профиля, в которых она находит методологическое и теоретическое обоснование, а с другой – специальными профессиональными дисциплинами. Предмет рассчитан на соединение знаний по одной из фундаментальных учебных дисциплин – (социологии) с практическими нуждами редакций и специалистов, работающих в СМИ.

**Связи с другими учебными дисциплинами.** Дисциплина тесно связана с такими предметами, как дисциплина специализации«Социально-экономическая проблематика СМИ», а также «Экономика и менеджмент СМИ».Курс включает лекционные и практические занятия, контроль самостоятельной работы студентов. В лекциях излагаются теоретические и методические подходы к рассмотрению и решению рассматриваемых вопросов. Семинарские занятия строятся в форме как обсуждения материалов, изученных студентами в ходе самостоятельной работы, так и выполнения ими учебных заданий исследовательского характера (аналитический реферат по одной из тем семинарского занятия, контент-аналитическое исследование текстов СМИ).

**Требования к уровню освоения предмета дисциплины.** Предполагается, что в результате усвоения материалов лекционного курса, предлагаемой основной и дополнительной литературы, а также самостоятельных занятий выпускник факультета журналистики окажется способным:

* знать:
* основные понятия и термины социологии журналистики;
* основные методы социологического исследования аудитории и деятельности СМИ;
* основные принципы социологической журналистики;
* практику измерения социологической информации в маркетинге и менеджменте СМИ.
* уметь:
* понимать природу журналистики как социального института;
* понимать социальную природу аудитории СМИ;
* понимать механизм воздействия СМИ на общественное мнение;
* дифференцировать показатели эффективности и влияния СМИ;
* проводить рейтинговые и медиаметрические исследования СМИ, анализировать, интерпретировать и комментировать полученные данные;
* самостоятельно осуществлять контент-анализ СМИ.

#  Характеристика рекомендуемых методов и технологий обучения. При обучении по дисциплине кроме традиционных, используется метод интерактивный, ориентированный на более широкое взаимодействие студентов не только с преподавателями, но и друг с другом, на доминирование активности обучающихся в учебном процессе. В практике обучения дисциплины используются компьютерные технологии, электронная библиотека, электронное сопровождение научно-методического обеспечения учебного процесса.

**Общее количество аудиторных часов по дисциплине** – 24 часов, из них: **лекционных** – 12 часов, **семинарских** -- 12 часов. Дисциплина изучается студентами на протяжении 7 семестра с формой контроля знаний – экзаменом.

1. **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование разделов, тем** | **Количество часов** |
| **Аудиторные** | **Самоcт.****работа** |
| **Лекции** | **Практич, семинар.** | **Лаб. занятия** | **КСР** |
| 1 | Журналистика и социология в методологии научного познания социальной реальности. Журналистика как социальный институт. Объект, предмет и функции социологии журналистики. Возникновение и развитие социологии журналистики. | 2 | 2 |  |  | 2 |
| 2 | Социология журналистики и общественное мнение в социологии. | 2 | 2 |  |  | 2 |
| 3 | Аудитория как объект социологических исследований. | 2 | 2 |  |  | 2 |
| 4 | Особенности применения метода контент-анализа в социологии журналистики. | 2 | 2 |  | 2 | 2 |
| 5 | Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики. Интерактивные средства массовой информации и интерактивные социологические исследования. | 2 | 2 |  |  | 2 |
| 6 | Изучение эффективности СМИ в социологии журналистики. Социологическая культура в журналистике.  | 2 | 2 |  |  | 2 |
| 7 | **Всего:** | 12 | 12 |  | 2 | 12 |

**3.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела, темы, занятия | Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов | Количество аудиторных часов | Литература | Материальное обеспечение занятия (наглядные, методические пособия и др.) | Формы контролязнаний |
| лекции | практические (семинарские) занятия | лабораторные занятия | управляемая (контролируемая)самостоятельная работа студента |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | **Журналистика и социология в методологии научного познания социальной реальности. Журналистика как социальный институт. Объект, предмет и функции социологии журналистики. Возникновение и развитие социологии журналистики.** | 2 | 2 | **--** | -- | 1, 2, 5, 8 | Презентация №1 | Устный опрос, тест №1 |
| 2 | **Социология журналистики и общественное мнение в социологии**1. Общественное мнение как социальный институт. 2. Функции и структура общественного мнения. 3. СМИ и манипулирование общим мнением. 4. Эмпирическое изучение общественного мнения. | 2 | 2 | **--** | -- | 1, 3, 6, 8 | Презентация№2 | Устный опрос, тест №2 |
| 3 | **Аудитория как объект социологических исследований**1. Предпосылки развития социологических исследований аудитории СМИ. 2. Современное развитие социологических исследований аудитории СМИ. 3. Понятие «аудитория» в социологии журналистики. | 2 | 2 | -- | -- | 2, 4, 7 | Презентация№3 | Устный опрос, тест №3 |
| 4 | **Особенности применения метода контент-анализа в социологии журналистики**1. Техника и процедуры контент-аналитического исследования СМИ. 2. Этапы контент-анализа СМИ и их содержание. 3. Особенности компьютерного контент-анализа СМИ. 4. Практические особенности инструментария контент-анализа печатных СМИ. | 2 | 2 | -- | -- | 4, 8 | Презентация№4 | Контент-аналити-ческое исследование. Устный опрос, тест №4 |
| 5 | **Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики. Интерактивные средства массовой информации и интерактивные социологические исследования**1. Понятие рейтинга и рейтингового измерения. 2. Простой и сложный рейтинговый замер. Мягкий и жесткий. Методики рейтингового измерения. 3. Рейтинговые измерения аудитории СМИ. 4. Понятие интерактивности в социологических исследованиях. 5. Особенности интерактивных опросов в СМИ. 6. Интерактивность в СМИ. | 2 | 2 | -- | -- | 3, 4, 7 | Презентация№5 | Устный опрос, тест №5 |
| 6 | **Изучение эффективности СМИ в социологии журналистики. Социологическая культура в журналистике**1. Рейтинговые измерения эффективности белорусских СМИ. 2. Понятие «эффективность» и «влияние» СМИ. 3. Предпосылки возникновения социологической культуры в журналистике. 4. Формы и содержание социологических материалов в СМИ. | 2 | 2 | -- | -- | 5, 7, 9 | Презентация№6 | Устный опрос, тест №6 |

1. Информационно-методическая часть

**ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:**

1. Бауман, З. Мыслить социологически: учеб. пособие / Пер. с англ. – М.: Аспект-Пресс, 1996. – 255 с.
2. Дмитриев, Е.И. Интерактивная социология: уч.-метод. пособие / Е.И. Дмитриев. – Минск: ГЭНИ, 1998.
3. Дмитриев, Е.И. Социология журналистики: конспект лекций / Е.И.Дмитриев. – Минск: БГУ, 2001.
4. Дмитриев, Е.И. Уч.-метод. комплекс по предмету «Социология журналистики. Модуль Ι». Примерная программа дисциплины «Социология журналистики»/ Е.И. Дмитриев. – Минск: БГУ, 2001.
5. Свитич, Л. Г. Социология журналистики: учеб. пособие. – М.: ИМПЭ им. А. С. Грибоедова, 2005. – 119 с.
6. Социология журналистики: учебное пособие для студентов ВУЗов / Под ред. С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. .
7. Федотова, Л.В. Социология массовых коммуникаций: учебник для ВУЗов / Л.В. Федотова. – СПб.: Питер, 2003.
8. Шалан, В.И. Современный контент-анализ / В.И. Шалан. – М., 2004.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:**

1. Бориснев, С.В. Социология коммуникации: учеб. пособие для вузов. / С.В. Бориснев. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 270 с.
2. Бурдье, П. Социология политики / П. Бурдье; пер. с фр.; сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. – М.: Socio-Logos, 1993.
3. Воробьёв, В.П. Информационное поле Беларуси: социально-политический анализ / В.П. Воробьёв, Е.И. Дмитриев. – Минск: Изд. центр БГУ, 2003.
4. Воробьев, В.П. Система СМИ Беларуси / В.П. Воробьёв. – Мн.: Изд. центр БГУ, 2002.
5. Науменко, Т.В. Социология массовой коммуникации: учебное пособие / Т.В. Науменко. – СПб.: Питер, 2005. – 288 с.
6. Основы идеологии белорусского государства: учеб. пособие / Под общ. ред. Г.А. Василевича, Я.С. Яскевич. – Минск: РИВШ, 2004.
7. Основы идеологии белорусского государства: учеб. пособие для ВУЗов / Под общ. ред. С.Н. Князева, С.В. Решетникова. – Минск: Акад. Управл. при Президенте РБ, 2004.
8. Социология журналистики: Очерки методологии и практики / Под ред. С.Г. Корконосенко. — М.: ТОО «Гендальф», 1998. – 256 с.
9. Социология журналистики / Под ред. Е.П. Прохорова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. – 232 с.
10. **ПЕРЕЧНИ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ**

В ходе изучения дисциплины используются следующие средства диагностики:

* типовые задания;
* тесты по отдельным разделам и дисциплине в целом;
* написание материалов в СМИ по данной проблематике;
* устный опрос во время занятий
* составление рефератов (презентаций) по отдельным разделам дисциплины;
* выступление студентов на семинарах.
1. **ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ И ДОКЛАДОВ**

 **ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ»**

1. Понятие социального института в социологии.
2. Социология и журналистика: общее и особенное.
3. Теория среднего уровня в социологии. Трактовка Р. Мертоном понятия теории среднего уровня.
4. Социология массовых коммуникаций: объект, предмет, понятийный аппарат.
5. Массовые коммуникации в процессе глобализации.
6. М. Вебер и его взгляды на прессу в обществе и в политической системе.
7. Предмет социолингвистики.
8. Социальная аналитика как практика социологической журналистики.
9. Представители эпохи Просвещения о социальной сущности журналистики.
10. Социологическая журналистика К. Маркса и Ф. Энгельса.
11. М. Вебер и его программа исследований прессы.
12. Д. Макквейл и английская школа теоретических исследований в области социологии журналистики.
13. «Критическая школа» Дж. Халлорана.
14. Исследование Н.А. Добролюбовым журнала «Собеседник любителей российского слова».
15. Социология журналистики в СССР: 20-е и 30-е годы.
16. Вклад Я. Шафира в развитие советской социологии журналистики в 20-е и 30-е годы.
17. Методы социологии журналистики в работах В. Кузьмичева.
18. Понятие «мнения» в древнегреческой философии.
19. Политическая социология П. Бурдье и общественное мнение.
20. Г. Гегель об общественном мнении.
21. Понятие стереотипа в социологии журналистики и в общественном мнении.
22. Э. Ноэль-Нойман и социологическое изучение общественного мнения.
23. Проблемы манипулирования в обществе и роль в этом средств массовой информации.
24. Методы манипулирования в СМИ.
25. Политическая коммуникация и политическая реклама в СМИ.
26. Дж. Гэллап и изучение общественного мнения.
27. Особенности онлайновых опросов общественного мнения.
28. Категория «аудитория» в трудах Аристотеля.
29. Вклад Дж. Гэллапа в разработку методов социологического исследования СМИ.
30. Принципы и традиции изучения демографических характеристик аудитории СМИ.
31. Э. Ноэль-Нойман и демоскопические исследования аудитории.
32. Прецизионная журналистика: сущность и содержание.
33. Специфика медиатрических исследований аудитории электронных СМИ.
34. Изучение аудитории СМИ эстонскими социологами: опыт, проблемы.
35. Социологические исследования аудитории в Беларуси.
36. Метод Жака Кейзера и его использование в изучении печатных СМИ.
37. Особенности контент-анализа печатных СМИ.
38. Особенности контент-анализа аудиовизуальных СМИ.
39. Проблемы выборки в контент-аналитическом исследовании.
40. Унифицированные категории и индексы контент-анализа СМИ.
41. KWALITAN - программа компьютерного контент-анализа.
42. Специфика использования метода анкетного опроса в контент-анализе печатных СМИ.
43. Американская и французская школы контент-анализа: общее и особенное.
44. Проблемы надежности социологического измерения.
45. Методы измерения в социологии.
46. Семантический анализ термина «рейтинг».
47. Рейтинг, рэнкинг, репутационный менджмент, РR: общее и особенное.
48. Рейтинговые измерения в политической социологии.
49. Рейтинг белорусских политиков в изложении СМИ: мифы, заблуждения, реальность.
50. Проблема корректности рейтинговых измерений.
51. Эффективность, влияние, рейтинг СМИ.
52. Инструментарий и процедура получения медиатрических рейтингов.
53. Интерактивность в социологических исследованиях.
54. Телевизионные интерактивные опросы: мифы и реальность.
55. Особенности интерактивных опросов в печатных СМИ.
56. Основные направления развития интерактивного телевидения.
57. Имидж СМИ: понятие и особенности.
58. Эффективность СМИ и эффекты средств массовой информации.
59. П. Лазарфельд о влиянии и эффективности СМИ.
60. Теория заговора как разновидность концепций прямого влияния СМИ на аудиторию.
61. Маркетинговые исследования информационного рынка и социология журналистики.
62. Анализ практики изложения данных социологических исследований в белорусских СМИ.
63. Социологическое мышление и научные методы познания.
64. Профессиональная и социологическая культура журналиста.
65. Бауман о сущности социологического мышления.
66. Эмпирическая типологизация в социологии журналистики.
67. Сравнение надежности различных каналов поступления социологических данных в белорусские СМИ.
68. Манипулятивные приемы изложения социологических данных, используемые в белорусских СМИ.
69. Психологическая культура журналиста.
70. Изучение социологии журналистики как основной фактор формирования культуры социологиче­ского мышления у журналиста.
71. **ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ЗАЧЕТА**

**ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ»**

1. Предпосылки возникновения журналистики как социального института и ее современное состояние.

2. Методология сопоставления социологии и журналистики.

3. Социология журналистики как социологическая теория среднего уровня.

4. Понятия *пресса*, *печать*, *СМИ*, *СМК*, *масс-медиа*, *мультимедиа*, *пропаганда* и *коммуникация* в социологии журналистики.

5. Социология журналистики и социология массовых коммуникаций.

6. Социология журналистики и социология СМИ.

7. Социология журналистики и социолингвистика, социология публицистики.

8. Социология журналистики, социожурналистика, социологическая журналистика.

9. Объект, предмет, задачи и функции социологии журналистики.

10. Возникновение социологии журналистики.

11. Развитие теории и эмпирических исследований в рамках социологии журналистики в США и Западной Европе.

12. Становление социологии журналистики в России и СССР.

13. Советская социология журналистики конца 20-х г.: персоналии и результаты.

14. Общественное мнение как социальный институт.

15. Функции, структура, комплексы общественного мнения.

16. Общее и общественное мнение в социологии.

17. СМИ и манипулирование общим мнением.

18. Эмпирическое изучение общественного мнения и социология журналистики.

19. Классификация аудитории у Аристотеля.

20. Теоретические, естественнонаучные и исторические предпосылки развития социологических исследований аудитории.

21. Роль Дж. Гэллапа в создании методики социологического изучения аудитории СМИ.

22. Исследование «читательского профиля» в социологии журналистики.

23. «Тематическая селекция» аудитории СМИ.

24. Основные мотивы формирования различных сегментов аудитории СМИ.

25. Негативная установка аудитории на СМИ и сравнительный анализ восприятия СМИ журналистами и аудиторией.

26. Понятие *прецизионной журналистики.*

27. Основные институты изучения аудитории СМИ в экономически развитых государствах.

28. Выборочные исследования аудитории СМИ в СССР.

29. Основные теоретико-прикладные положения социологии журналистики, сформулированные по результатам социсследований аудитории СМИ.

30. Категория «аудитория» в социологии журналистики: определение, характеристики, типы аудитории СМИ.

31. Основные правила контент-анализа СМИ.

32. Методические правила построения выборки контент-анализа СМИ.

33. Этапы контент-аналитического исследования СМИ.

34. Особенности компьютерного контент-анализа СМИ.

35. Инструментарий контент-анализа печатных СМИ.

36. Понятие *рейтинга* и *рейтингового измерения*.

37. Основные требования к рейтинговому инструментарию.

38. Типы и методики рейтинговых измерений.

39. Рейтинговые измерения в социологии журналистики.

40. Понятие интерактивности в социологии журналистики.

41. Особенности интерактивных опросов в СМИ.

42. Практика интерактивных опросов в печатных СМИ.

43. Интерактивность в СМИ.

44. Основные направления развития интерактивного телевидения.

45. Рейтинговые измерения эффективности белорусских СМИ.

46. Эффективность СМИ в социологии журналистики.

47. Понятия *эффективности* и *влияния СМИ* в журналистике и социологии.

48. Концепция влияния СМИ на аудиторию.

49. Маркетинговые исследования рынка СМИ.

50. Отличие социологического мышления от здравого смысла.

51. Культура социологического мышления журналиста: содержание и особенности.

52. Формы анализа социологических данных в СМИ.

53. Основные каналы поступления социологических данных в СМИ.

54. Основные требования к изложению социологических данных в СМИ.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ**

 **ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название дисциплины, с которой требуется согласование | Название кафедры | Предложенияоб изменениях в содержании учебной программыпо изучаемой учебнойдисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) |
| Экономика и менеджмент СМИ | кафедрасоциологиижурналистики | --- | Протокол № 1от 30.08.2013 г. |
| Социально-экономическая проблематика СМИ | --- |

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ**

**ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

на 2014/2015 учебный год

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №№пп | Дополнения и изменения | Основание |
|  |  |  |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

социологии журналистики (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.)

 (название кафедры)

Заведующий кафедрой

\_К.ф.н., доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Воробьев В.П.

(ученая степень, ученое звание) (подпись) (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

К.ф.н., доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дубовик С.В.