Белорусский государственный университет

(название высшего учебного заведения)

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Института журналистики

(название высшего учебного заведения)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_С.В. Дубовик\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись) (И.О.Фамилия)

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

(дата утверждения)

Регистрационный № УД-\_\_\_\_\_\_/р.

**Редактор социальных медиа**

**(название дисциплины)**

**Учебная программа для специальностей:**

**\_\_\_123 01 08-03\_\_\_\_\_\_\_\_ Журналистика (веб-журналистика)**

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

Факультет \_журналистикиИнститута журналистики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(название факультета)

Кафедра \_\_социологии журналистики

(название кафедры)

Курс (курсы) \_\_\_4,5\_\_\_\_\_\_\_\_

Семестр \_\_\_\_7-9\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Лекции \_\_\_\_\_\_\_\_ Экзамен \_\_\_\_9\_\_\_\_\_\_\_\_

(количество часов) (семестр)

Практические (семинарские)

занятия \_ КСР- 6\_\_\_\_\_\_\_\_ Зачет \_\_\_\_\_\_\_7,8\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(количество часов) (семестр)

Лабораторные

занятия \_\_\_72\_\_\_\_\_\_\_ Курсовой проект (работа) \_\_\_\_--\_\_\_

(количество часов) (семестр)

Всего аудиторных

часов по дисциплине \_26\_\_\_\_\_

(количество часов)

Всего часов Форма получения

по дисциплине \_\_\_\_198\_\_\_\_\_\_\_ высшего образования \_\_\_дневная\_\_

(количество часов)

Составил(а) В.А. Степанов, преподаватель кафедры социологии журналистики\_\_\_

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

2012 г.

Учебная программа составлена на основе базовой учебной программы«Редактор социальных медиа»\_№ УД-8574/баз. от 20.11.2012 г.

(название типовой учебнойпрограммы, дата утверждения, регистрационный номер)

Рассмотрена и рекомендована к утверждению кафедрой социологии журналистики

(название кафедры)

\_20.09.2012 г. пр. №\_3\_\_\_\_\_\_\_

(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)

13.11.2012 г. протокол №\_3\_\_\_

(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 специальности 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», направления специальности 1-23 01 08-03«Журналистика(веб-журналистика)».

**Главная цель дисциплины** – дать студентам необходимые знания и навыки для профессионального использования социальных медиа в журналистской практике: для поиска и распространения информации, укрепления позиций бренда СМИ (SMM, social media marketing) и взаимодействия с аудиторией (коммьюнити-менеджмент).

**Задачи дисциплины**. Студент должен иметь четкое представление о социальных медиа, их месте среди других коммуникационных технологий, перспективы развития -- чтобы выстроить стратегии использования их в работе редакции СМИ, успешно внедрять в журналистскую практику; владеть навыками оптимизации контента для социальных медиа (SMO), методами SMM-маркетинга, понимать специфику социальных медиа как коммуникативной среды и уметь создать устойчивое сообщество вокруг бренда СМИ; владеть инструментами менеджмента и анализа социальных медиа для оценки эффективности работы СМИ в новой медиасреде.

**Роль и место дисциплины в профессиональной подготовке журналистов.**Элективный спецкурс «Редактор социальных медиа» предлагается студентам в 7--9 семестрах, когда они усвоили основные профессиональные и социально-гуманитарные дисциплины, приобрели некоторый опыт практической журналистской деятельности. В ходе изучения дисциплины студенты смогут на практике освоить новейшие коммуникационные технологии – социальные медиа -- и научиться видеть в них не «могильщиков» традиционных СМИ, а полезные инструменты, которые делают работу журналиста еще проще и эффективнее.

**Связи с другими учебными дисциплинами.** Дисциплина тесно связана с такими предметами, как «Медиаэкология», «Интернет-психология», спецкурсом «Особенности формирования информационного общества».

**Требования к уровню освоения предмета дисциплины.** В результате освоения учебного курса, участия в семинарах, изучения литературных источников, а также самостоятельных занятий студент должен **знать** определение социальных медиа, их типы, технологические особенности, социально-демографические характеристики аудитории, возможности применения этих медиасред в работе редакции; **понимать** задачи и функции редактора социальных медиа, его основные направления работы; **уметь**использовать социальные медиа на уровне, достаточном для эффективного поиска, распространения информации, поддержания обратной связи с аудиторией, продвижения бренда СМИ.

# Характеристика рекомендуемых методов и технологий обучения. При обучении по дисциплине «Редактор социальных медиа» 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, методы дистанционного обучения (совместная работа над интернет-проектами). А также участие в полевых исследованиях, подготовка журналистских материалов.

**Общее количество аудиторных часов по дисциплине**:

**7 семестр** – 26, из них: **лабораторных** – 24 часа, **КСР** – 2 часа. Дисциплина изучается студентами на протяжении 7 семестра с формой контроля знаний – зачётом;

**8 семестр** – 34, из них: **лабораторных** – 32 часа, **КСР** – 2 часа. Дисциплина изучается студентами на протяжении 8 семестра с формой контроля знаний – зачётом;

**9 семестр** – 18, из них: **лабораторных** – 16 часа, **КСР** – 2 часа. Дисциплина изучается студентами на протяжении 9 семестра с формой контроля знаний – экзаменом.

**2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование разделов, тем** | **Количество часов** | | | | |
| **Аудиторные** | | | | **Самост.**  **работа** |
| **Лекции** | **Практич., семинар.** | **Лаб. занятия** | **КСР** |
| 1 | **Тема 1. Социальные медиа: понятие, классификация, тенденции развития**. Социальные медиа в Беларуси. |  |  | 10 |  |  |
| 2 | **Тема 2. Редактор социальных медиа: цели, задачи, круг обязанностей.** Инструменты работы. Известные представители. |  |  | 10 |  |  |
| 3 | **Тема 3. Twitter в работе журналиста.**Эффективное использование микроблогов. |  |  | 10 |  |  |
| 4 | **Тема 4. YouTube и другие видеохостинги в работе журналиста.**YouTube в Беларуси: ролики, каналы, шоу. |  |  | 10 |  |  |
| 5 | **Тема 5. Instagram и Pinterest в работе журналиста.**Фотохостинги. Визуальный маркетинг. |  |  | 10 | 2 |  |
| 6 | **Тема 6. Социальные сети и коммьюнити-менеджмент.**ОбзорВКонтакте, Facebook, Google+, Foursquare. |  |  | 10 | 2 |  |
| 7 | **Тема 7. Гаджеты в работе редактора социальных медиа.** Техника на базе iOS и Android. |  |  | 12 | 2 |  |

**3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела, темы, занятия | Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов | Количество аудиторных часов | | | | Литература | Материальное обеспечение занятия (наглядные, методические пособия и др.) | Формы контроля  знаний |
| лекции | практические  (семинарские)  занятия | лабораторные  занятия | управляемая  (контролируемая)  самостоятельная работа студента |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Тема 1. Социальные медиа: понятие, классификация, тенденции развития. |  |  | 10 |  | См. список литературы | Презентация №1 | Устный опрос |
| 2 | Тема 2. Редактор социальных медиа: цели, задачи, круг обязанностей. |  |  | 10 |  | См. список литературы | Презентация№2 | Устный опрос |
| 3 | Тема 3. Twitter в работе журналиста. |  |  | 10 |  | См. список литературы | Презентация№3 | Устный опрос |
| 4 | Тема 4. YouTube и другие видеохостинги в работе журналиста. |  |  | 10 |  | См. список литературы | Презентация№4 | Устный опрос |
| 5 | Тема 5. Instagram и Pinterest в работе журналиста. |  |  | 10 | 2 | См. список литературы | Презентация№5 | Устный опрос |
| 6 | Тема 6. Социальные сети и коммьюнити-менеджмент. |  |  | 10 | 2 | См. список литературы | Презентация№6 | Устный опрос |
| 7 | Тема 7. Гаджеты в работе редактора социальных медиа. |  |  | 12 | 2 | См. список литературы | Презентация№7 | Устный опрос |

**4. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

**ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА ПО ТЕМАМ**

1. Степанов, В. 5 знаменитых редакторов социальных медиа. -- [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: www.slideshare.com/mediaecology. – дата доступа: 20.11.2012.
2. Степанов, В. 20 веб-ресурсов, которые редактор социальных медиа должен увидеть хоть раз. -- [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: www.slideshare.com/mediaecology. – дата доступа: 20.11.2012.
3. Степанов, В. GoogleChrome: 30+ полезных приложений и расширений. -- [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: www.slideshare.com/mediaecology. – дата доступа: 20.11.2012.
4. Степанов, В. GoogleChrome: 30+ полезных приложений и расширений. -- [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: www.slideshare.com/mediaecology. – дата доступа: 20.11.2012.
5. Степанов, В. SocialMediaDashboards: агрегаторы и менеджеры аккаунтов в социальных медиа. -- [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: www.slideshare.com/mediaecology. – дата доступа: 20.11.2012.
6. Степанов, В. Twitter для журналистов: советы и подсказки, памятки, инструменты, литература и сайты. -- [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: www.slideshare.com/mediaecology. – дата доступа: 20.11.2012.
7. Степнова, В. Instagram для журналистов. -- [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: www.slideshare.com/mediaecology. – дата доступа: 20.11.2012.
8. Степанов, В. Pinterestдля журналистов. -- [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: www.slideshare.com/mediaecology. – дата доступа: 20.11.2012.
9. Степанов, В. YouTube для журналистов. -- [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: www.slideshare.com/mediaecology. – дата доступа: 20.11.2012.
10. Степанов, В. 10 роликов YouTube, которые вошли в историю Беларуси. -- [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: www.slideshare.com/mediaecology. – дата доступа: 20.11.2012.
11. Social Media Around the World 2012 report (by InSites Consulting). -- [ЭЛЕКТРОННЫЙРЕСУРС]. – режимдоступа: <http://www.slideshare.net/InSitesConsulting/social-media-around-the-world-2012-by-insites-consulting>. – датадоступа: 20.11.2012

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

1. Градюшко, А. Основные тренды развития интернет-СМИ на современном этапе // А. Градюшко. – Журналiстыка-2008: матэрыялы 10-й мiжнар. навук.-практ. канф., Мiнск /рэдкал.: С.В. Дубовiк (адк. рэд) [i iнш.]. –Вып. 10. – Мiнск: БДУ, 2008.
2. Градюшко, А. Социальные медиа в системе интрнет-коммуникаций // А. Градюшко. – Журналiстыка-2010: стан, праблемы i перспектывы: матэрыялы 12-й мiжнар. навук.-практ. канф. 8-9 сн. 2010 г., Мiнск /рэдкал.: С.В. Дубовiк (адк. рэд) [i iнш.]. –Вып. 12. – Мiнск: БДУ, 2010.
3. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Качкаевой. – М.:, 2010.
4. Интернет-СМИ: теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010.
5. Калмыков А.А. Коханова Л.А.. Интернет-журналистика: Учеб.пособие. М.: Юнити: Юнити-Дана, 2005.
6. Карпицкая, Е. Компьютерные игры как вид медиасреды [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: http://media-ecology.blogspot.com/2011/05/blog-post.html. – дата доступа: 01.06.2012.
7. Машкова С.Г. Интернет-журналистика: Учеб.пособие. Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2006
8. Мирошниченко, А. СМИ после газет. Редактор – пастух блоггеров [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: http://www.newsland.ru/News/Detail/id/491417/cat/42/. – дата доступа: 10.06.2011.
9. Мирошниченко, А. Существо Интернета. 12 тезисов о вирусном редакторе [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]. – режим доступа: http://www.kazhdy.ru/andrey\_miroshnichenko/smert\_gazet/4/.– дата доступа: 15.06.2011.
10. Потятиник, Б. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Б. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010.

**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, выпуск учебного научно-популярного журнала медийной тематики;
* устный опрос во время занятий;
* составление рефератов (презентаций) по отдельным разделам дисциплины;
* выступление студентов на семинарах;
* поддержка работы интернет-проекта «Медиаэкология в Беларуси» (блог), а также участие в совместныхwiki-проектах и активность в социальных интернет-сетях.

# ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ЗАЧЕТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «РЕДАКТОР СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА»

1. Понятие социальных медиа, их характеристики и классификация.
2. Тенденция развития социальных медиа (исследование SocialMediaAroundtheWorld 2012). Основные игроки и наиболее перспективные стартапы.
3. Самые влиятельные личности в сфере социальных медиа (блогеры, бизнесмены, исследователи, эксперты).
4. Социальные медиа в Беларуси: локальная специфика, предпочтения аудитории (исследования GemiusAudience). Обзор проектов (vseti.by, maesens.by, face.by и др.), их достоинства и недостатки.
5. Редактор социальных медиа (socialmediaeditor): цели и задачи работы, круг обязанностей. Востребованность на медиарынке и перспективы специализации.
6. Известные редакторы социальных медиа (Л. Херон, Э. Карвин, К. Гамильтон, Э. де Роза и др.)
7. Менеджмент социальных медиа: выбор программы-браузера, установка дополнительных расширений, приложений, виджетов (на примере GoogleChrome, MozillaFirefox)
8. Приложения-менеджеры для работы с социальными медиа (Hootsuite, Tweetdeck) и их место в работе редактора.
9. Полезные интернет-ресурсы в работе редактора социальных медиа (новости индустрии, рекомендации и советы, данные исследований). Mashableкакмедиапроектновоготипа.
10. Twitter в работе журналиста: 10 причин использовать микроблоги в работе редакции. Известные прецеденты (Арабская весна, приводнение самолета в Гудзонском заливе и др.)
11. Twitter в Беларуси: обзор топ-аккаунтов, профили белорусских СМИ. Анализ успешных и неудачных стратегий использования Twitterмедиабрендами.
12. Созданиеаккаунтав Twitter (avatar, bio, header, background). Полезные приложения.
13. Анатомия твита: как повысить эффективность ваших публикаций? (стиль, время и периодичность, тип контента). Исследования Д.Зареллы – слагаемые «идеального твита».
14. Журналистика в твиттер. Верификация информации. Жанры твиттер-журналистики. Идеи для публикаций в микроблогах.
15. Твиттер-интервью и твиттер-репортаж. Варианты использования Твиттера в традиционных медиа.
16. Инструменты поиска информации в Твиттер. «Наука хэштегов».
17. Связь с аудиторией в Твиттер. Психологические типы пользователей. Правила твиттер-этикета от Х. Кохен, Д. Гоинса.
18. Инструменты аналитики и оценки эффективности твиттер-аккаунта редакции.
19. YouTube в работе журналиста. Тенденции развития сервиса и причины, по которым стоит завести канал.
20. Обзор альтернативныхвидеохостингов: достоинства и недостатки (Vimeo, RuTube, Dailymotion).
21. YouTube в Беларуси. Самые известные ролики (10 YouTube-роликов, которые вошли в историю Беларуси), звезды YouTube и авторские передачи.
22. Эффективный поиск на YouTube: рейтинги, чарты, топы. Сайты-рейтинги. Операторы и фильтры поиска.
23. Менеджмент видео (группировка по каналам, заполнение полей, использование тэгов и ключевых слов). Организация live-трансляции с помощью Google+. Инструменты потокового вещания (Socialсam,Qik).
24. ВидеоредакторYouTube. Добавление субтитров и аннотаций. Способы скачивания видео и соблюдение авторских прав.
25. Обзор исследований YouTube: аудитория, популярный контент. Правило 77 секунд. 6 компонентов идеального ролика (Н. Антонов).
26. Полезные приложения и сервисы для работы с YouTube. Привязка к аккаунтам в других социальных медиа. YouTube как культурный феномен.
27. Обзор сервисов фотохостинга: Pinterest, Flickr, Instagram и другие. Особенности аудитории. Достоинства и недостатки сервисов, перспективы развития.
28. Instаgram – характеристики сервиса, причины популярности. Instagram как инструмент гражданской журналистики (ураган «Сэнди»).
29. Визуальный маркетинг. Способы использования Instagram в работе журналиста.
30. Сервисы и приложения для поиска изображений, работы с хэштегами, редактирования и публикации фото в Instagram.
31. Эстетика Instagram (формат изображений, фильтры, тематика). Фотоштампы и «заезженные» типы снимков.
32. Работа с аудиторией: конкурсы, игры, митапы. Instagram в Беларуси (сообщество Instaminsk, топ пользователей). Белорусские СМИ в Instagram (БелТА и др.)
33. Приложения-менеджеры для работы с Instagram (Webstagram, Followgram, Instaliga, Pictacular и др.)
34. Аналитика и статистика: показатели, сервисы (Statigram, Nitrogram), рейтинги топ-аккаунтов. Оценка эффективности аккаунта редакции СМИ.
35. Instagram как культурный феномен. Альтернативные сервисы – достоинства и недостатки.
36. Pinterest – визуальная социальная сеть. Основные характеристики и понятия (пин, репин, борд). Сервисы-клоны. Pinterestvs. Instagram: конкуренты или представители разных ниш?
37. Аудитория Pinterest, основные социально-демографические характеристики (пол, возраст, уровень образования, дохода и др.) Психология пользователей (особенности восприятия, мотивация, поведения в Pinterest).
38. Контент: виды, наиболее популярные темы и категории. Требования к формату изображений.
39. Стратегия эффективной работы в Pinterest (60+ золотых правил М. Пиглер и др.)
40. Как сделать так, чтобы контент репинили? (исследование Д. Зареллы) Правила этикета в Pinterest.
41. Полезные приложения для работы с Pinterest: редактирование изображений (Pinstamatic), планирование.
42. Инструменты аналитики: рейтинг аккаунта, статистика (Repinly, Pinalyzer).
43. Способы использования Pinterest журналистами (публикация оригинального контента, агрегация, коммуникация). Популярные жанры и форматы пинов. Примеры наиболее успешной работы медиабрендов с Pinterest.
44. ВКонтакте: особенности сети, фунуции, аудитория. Перспективы социальной сети на белорусском рынке.
45. Facebook: обзор полезных функций, особенностей аудитории и тенденций развития. Facebookvs.ВКонтакте: за и против.
46. Google+: особенности социальной сети, функционал, способы применения в журналистике.
47. Характеристики аудитории Google+, ее поведение. Hangouts (видеоконференции)и технология их использования.
48. Foursquare: геолокационная социальная сеть. Принцип работы, основные понятия (чекин, мэр, бейдж и др.)Потенциал для мобильной журналистики. Особенности Foursquare в Беларуси и перспективы развития.
49. Гаджеты в работе редактора социальных медиа. Смартфон. Планшет. «Умный телевизор» (SmartTV). Тенденции развития технологий и состояние рынка.
50. iOSvs. Android: достоинства и недостатки мобильных операционных систем. Использование iTunes и GooglePlay: обзор наиболее полезных приложений для журналиста и редактора социальных медиа.

**КРИТЕРИИ ОЦЕНОК РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Для текущего контроля знаний студентов используется рейтин­говая оценка знаний в течение всего семестра.

Промежуточными формами контроля усвоения предмета явля­ется промежуточный зачет.

Основной формой контроля является зачет по предмету.

Дополнительными формами контроля, прежде всего самостоя­тельного изучения студентами предмета, являются: публикация, размещение в СМИ и учебном научно-популярном издании материалов по проблематике спецкурса; рефе­рирование и конспектирование монографической и оригинальной литературы; переводы иноязычных текстов; участие в полевых исследованиях; участие в организации встреч с экспертами и выездных мероприятий.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ**

**ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название  дисциплины,  с которой  требуется согласование | Название  кафедры | Предложения  об изменениях в содержании учебной программы  по изучаемой учебной  дисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) |
| Социология журналистики | кафедра  социологии  журналистики |  | Протокол № 3 от 20.09.2012 г. |
| Социально-экономическая проблематика СМИ |  |
| Профессиональная этика журналиста |  |

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ**

**ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**на 2013/2014 учебный год**

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

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

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

(название кафедры)

Заведующий кафедрой

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

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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

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

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