

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института журналистики

_____ С. В. Дубовик

01.11.2011

(дата утверждения)

Регистрационный № УД-К-53/р.

ПСИХОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИИ

Учебная программа

для направления специальности

1-23 01 07-01 Информация и коммуникация (технологии коммуникации)

Факультет журналистики

Кафедра технологий коммуникации

Курс (курсы) _____ 4 _____

Семестр (семестры) _____ 8 _____

Лекции _____ 26 _____
(количество часов)

Экзамен _____ 8 _____
(семестр)

Практические (семинарские)
занятия _____ 20 _____
(количество часов)

Зачет _____
(семестр)

КСР _____ 6 _____
(количество часов)

Всего аудиторных часов
по дисциплине _____ 52 _____
(количество часов)

Всего часов
по дисциплине _____ 132 _____
(количество часов)

Форма получения высшего
образования очная

Составила _____ Л.А.Савицкая _____
(И.О.Фамилия, степень, звание)

2011 г.

Учебная программа составлена на основе типовой учебной программы
_____, регистрационный № УД-_____/тип.
(дата утверждения)

Рассмотрена и рекомендована к утверждению в качестве рабочего варианта
на заседании кафедры технологий коммуникации Белорусского
государственного университета

(дата) _____ Протокол № ____

Заведующий кафедрой

(подпись) И.В. Сидорская

Одобрена и рекомендована к утверждению учебно-методической комиссией
факультета журналистики Белорусского государственного университета.

Протокол № ____

Председатель

(подпись) О.М. Самусевич

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Психология коммуникации» предназначена для реализации на первой ступени высшего образования. Учебная программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта и типового учебного плана по направлению специальности 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)».

Являясь междисциплинарной наукой, психология коммуникации проходит стадию становления, в результате чего полноценных учебных пособий по данному предмету не создано. Тем не менее, актуальность курса психологии коммуникации представлена общими проблемами современной сферы информации и коммуникации (существенно расширившийся доступ к знаниям, персонификация деятельности, информационная безопасность, проблема доверия аудитории, противостояние манипулятивному воздействию и пр.), а также тем, что начинающий специалист, выходя из образовательного учреждения, сталкивается с рядом проблем, имеющих «производственный», психолого-практический характер. Быстрое и успешное решение подобных проблем, связанных с коммуникацией, предполагает высокий уровень осознания собственных установок, ценностей, особенностей своей личности и связей с обществом. Программа дисциплины предусматривает рассмотрение отдельных тем в рамках курсов социальной психологии, психологии журналистики, психологии рекламы и PR-деятельности, а также изучение основных понятий психологии общения, способов преодоления психологических барьеров общения, личностной эффективности т.д.

Цель данной дисциплины – формирование у студентов общей коммуникативной компетентности, которая позволит практически освоить техники эффективного профессионального общения и ознакомиться с их теоретической основой.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с социально-психологическими направлениями исследования коммуникативных процессов, понятиями «интерактивная, перцептивная, коммуникативная стороны общения», «стили общения», «фазы общения в работе интервьюера», «типы мышления и творчества коммуникатора»;

- дать представление об особенностях общения в массовой коммуникации и основных психологических проблемах общения больших социальных групп;

- осуществить анализ происходящих в обществе информационно-коммуникационных процессов с учетом социально-психологических тенденций;

- развить практические навыки кооперации и сотрудничества, способности студентов к эффективному общению в профессиональной и деловой среде.

Методы и технологии изучения дисциплины.

Предметом дисциплины являются особенности общения в массовой коммуникации. В ходе его изучения предполагается не только теоретическое

осмысление данного явления, но и формирование у студентов представлений о практической работе специалистов в сфере информации и коммуникации. Содержание изучаемого материала позволяет организовывать дискуссии по самым различным вопросам, что способствует побуждению студентов к активной познавательной и творческой деятельности, помогает формированию у них навыков речевого общения и освоению способов коллективной мыслительной деятельности.

Дисциплина предполагает использование традиционных форм организации учебного процесса в виде лекций и семинаров. Устное изложение преподавателем учебного материала сопровождается мультимедийной поддержкой, в частности, предложением презентаций с использованием программы MO Power Point. На практических занятиях студенты под руководством преподавателя изучают приемы решения коммуникативных проблем, преодоления психологических барьеров в общении. Дальнейшее развитие и закрепление навыков, полученных при изучении данной дисциплины, осуществляется в ходе тренингов коммуникативных умений, психологических игр, целью которых является развитие коммуникативных способностей всех ее участников.

Возможными формами проведения практических занятий могут быть деловые игры, «читательские семинары», метод «мозговой атаки», работа в малых группах с целью закрепления пройденных тем, проведение тестов.

Требования к организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа студентов является основным способом охвата учебного материала по дисциплине вне аудиторных учебных занятий. Цель такой работы студентов – способствовать усвоению в полном объеме содержания учебной дисциплины через систематизацию, планирование и контроль собственной деятельности. С учетом содержания, цели и задач дисциплины целесообразно осуществлять такие виды самостоятельной работы по дисциплине, как исследование текстов белорусских СМИ, социально-психологический анализ имиджей коммуникатора, подготовка реферата и др.

Основными формами контроля самостоятельной работы студентов являются: реферирование оригинальных источников по тематике читательского семинара, выступление с графическими и текстово-графическими презентациями на практических занятиях, защита реферата и др.

Распределение общих и аудиторных часов.

На изучение дисциплины «Психология коммуникации» учебным планом отводится 132 часов, из них 52 часов аудиторных. Распределение аудиторного времени по видам занятий: 26 часов – на лекции, 20 часа – на семинарские занятия, 6 часов – на контролируемую самостоятельную работу. Итоговый контроль рекомендуется проводить в форме устного экзамена. Общая оценка по дисциплине складывается из оценок за работу на практических занятиях, оценок за выполнение контролируемой самостоятельной работы и оценки, полученной на экзамене.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Современные проблемы психологии коммуникации

Психология коммуникации как учебная дисциплина. Объект, предмет, задачи психологии коммуникации. Взаимодействие со смежными областями психологии. Современные тенденции развития СМИ и их роль в процессах психосоциальной адаптации. Творчество журналиста как социальный диалог. Основные категории психологии коммуникации: творчество-в-процессе-коммуницирования, коммуникатор-реципиент, информационная безопасность и коммуникативная открытость.

Тема 2. Общение и социальные отношения

Функции общения. Структура общения. Коммуникативная сторона общения. Перцептивная сторона общения. Интерактивная сторона общения. Виды и стили общения. Фазы общения в работе интервьюера. Навыки продуктивного общения в профессиональной деятельности. Общение как нравственная ценность: культура общения. Интернет-общение – трансформация традиционных форм общения. Этика сетевого общения.

Тема 3. Психологические проблемы виртуальной коммуникации

Виртуальность как глобальная тенденция. Режим «он-лайн» периодических изданий и электронных СМИ: преимущества и недостатки. Стил Net- мышления в современной журналистике (приближенность к естественному времени, спонтанность, активность, индивидуальность, децентрация, ускользание от соционорм). Интернет-зависимость как феномен психической зависимости.

Тема 4. Массовая коммуникация и основные психологические проблемы общения больших социальных групп

Особенности общения в массовой коммуникации. Психологическая характеристика аудитории СМИ. Потребности аудитории СМИ. Психологические исследования аудитории СМИ. Социально-психологические функции массовой коммуникации: социальной ориентировки, социальной идентификации, контакта с другим человеком, самоутверждения. Общепсихологические функции: утилитарная функция и функция эмоциональной разрядки.

Изучение массовой коммуникации в социально-психологических теориях. Парадигмы ограниченных и неограниченных эффектов в социально-психологических теориях массовой коммуникации.

Тема 5. Психологические проблемы современной журналистики

Персонификация информации и личностный характер журналиста. Психологическая культура журналиста. Концепция социального характера Эриха Фромма. Журналистские «идеологии» И. М. Дзялошинского. Социально-психологические типы журналистов по С. М. Виноградовой. Психотипы журналистов в массовой коммуникации по Е. Пронину. Моделирование социального имиджа журналиста по типу контакта, по

уровню близости, по функции в процессе социализации, по типу текста и парадигме мышления. Журналист в экстремальной ситуации.

Тема 6. Психологические типы коммуникативных текстов

Психология создания текстов. Дифференциация коммуникативных текстов в психологии. Парадигмы мышления и виды текста по Е. Прониной. Магическое мышление и убеждающий текст. Позитивистское мышление и прагматический текст. Драйв-мышление и гедонистический текст. Гуманистическое мышление и смысловывающий текст. Net-мышление и сетевой текст. Психологическая ментальность и типы текстов. Психологические характеристики текстов: суггестивность (внушаемость), наличие приемов языкового манипулирования и т.д. Компьютерные программы по оценке текстов. Области возможного применения программы VAAL.

Тема 7. Психология PR и рекламной деятельности

Психологические особенности PR-воздействия. PR как реализация схемы скрытого управления. Виды скрытого управления. Сбор информации об адресате воздействия и особенности группового восприятия. Мишени воздействия (универсальные побудители, мотивы и потребности). Методы и приемы привлечения внимания к объекту. Достижение аттракции в PR-акциях. Средства побуждения в PR. Выигрышное позиционирование.

Психологические особенности восприятия рекламного сообщения. Драматургия рекламы. Технологии поиска креативной концепции и рекламной идеи. Методы генерирования идей: «мозговой штурм», метод синектики, метод ассоциаций, метод записной книжки, креативный вопросник. Психосемантический анализ рекламного сообщения.

Тема 8. Суггестия как средство передачи информации

Суггестия и эффективность коммуникации. Техники внушения. Модель коммуникации в НЛП. Суггестивный элемент в текстах СМИ, рекламы и PR: сравнительный анализ.

Тема 9. Этнопсихология и психология межкультурной коммуникации

Понятие этнопсихологии. Менталитет белоруса в историческом контексте. Личность белоруса глазами современников.

Учебно-методическая карта

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов				Материальное обеспечение занятия (наглядные, методические пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические (семинарские) занятия	лабораторные занятия	контролируемая самостоятельная работа студента			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Тема 1. Современные проблемы психологии коммуникации	2	2					
	Психология коммуникации как учебная дисциплина. Объект, предмет, задачи психологии коммуникации. Взаимодействие со смежными областями психологии. Современные тенденции развития СМИ и их роль в процессах психосоциальной адаптации. Творчество журналиста как социальный диалог. Основные категории психологии коммуникации: творчество-в-процессе-коммуницирования, коммуникатор-реципиент, информационная безопасность и коммуникативная открытость	2	2				4, 9, 13, 16, 33	Дискуссии, опрос
2	Тема 2. Общение и социальные отношения	4	2		2			
	Функции общения. Структура общения. Коммуникативная сторона общения. Перцептивная сторона общения. Интерактивная сторона общения. Виды и стили общения. Фазы общения в работе интервьюера. Навыки продуктивного общения в профессиональной деятельности. Общение как нравственная ценность: культура общения. Интернет-общение – трансформация традиционных форм общения. Этика сетевого общения	4	2		2	Презентация № 1	2, 7, 8, 13, 14, 17, 21, 22, 34	Дискуссии, опрос

3	Тема 3. Психологические проблемы виртуальной коммуникации	2	2					
	Виртуальность как глобальная тенденция. Режим «он-лайн» периодических изданий и электронных СМИ: преимущества и недостатки. Стил Net-мышления в современной журналистике (приближенность к естественному времени, спонтанность, активность, индивидуальность, децентрация, ускользание от соционорм). Интернет-зависимость как феномен психической зависимости	2	2			Презентация № 2	4, 5, 9, 10, 14, 34	Дискуссии, опрос
4	Тема 4. Массовая коммуникация и основные психологические проблемы общения больших социальных групп	4	2		2			
	Особенности общения в массовой коммуникации. Психологическая характеристика аудитории СМИ. Потребности аудитории СМИ. Психологические исследования аудитории СМИ. Социально-психологические функции массовой коммуникации: социальной ориентировки, социальной идентификации, контакта с другим человеком, самоутверждения. Общепсихологические функции: утилитарная функция и функция эмоциональной разрядки. Изучение массовой коммуникации в социально-психологических теориях. Парадигмы ограниченных и неограниченных эффектов в социально-психологических теориях массовой коммуникации	4	2		2		3, 7, 8, 9, 10, 16, 22, 24, 28, 32	Письменная работа
5	Тема 5. Психологические проблемы современной журналистики	6	4					
	Персонификация информации и личностный характер журналиста. Психологическая культура журналиста. Концепция социального характера Эриха Фромма. Журналистские «идеологии» И. М.	6	4			Презентация № 3	4, 9, 12, 13, 15, 16, 26, 32	Дискуссии, опрос

	Дзялошинского. Социально-психологические типы журналистов по С. М. Виноградовой. Психотипы журналистов в массовой коммуникации по Е. Пронину. Моделирование социального имиджа журналиста по типу контакта, по уровню близости, по функции в процессе социализации, по типу текста и парадигме мышления. Журналист в экстремальной ситуации							
6	Тема 6. Психологические типы коммуникативных текстов	2	4					
	Психология создания текстов. Дифференциация коммуникативных текстов в психологии. Парадигмы мышления и виды текста по Е. Прониной. Магическое мышление и убеждающий текст. Позитивистское мышление и прагматический текст. Драйв-мышление и гедонистический текст. Гуманистическое мышление и смысловывявляющий текст. Net-мышление и сетевой текст. Психологическая ментальность и типы текстов. Психологические характеристики текстов: суггестивность (внушаемость), наличие приемов языкового манипулирования и т.д. Компьютерные программы по оценке текстов. Области возможного применения программы VAAL	2	4				1, 3, 5, 8, 10, 15, 18, 20, 25, 30, 32	Подготовка досье публикаций
7	Тема 7. Психология PR и рекламной деятельности	4	2					
	Психологические особенности PR-воздействия. PR как реализация схемы скрытого управления. Виды скрытого управления. Сбор информации об адресате воздействия и особенности группового восприятия. Мишени воздействия (универсальные побудители, мотивы и потребности). Методы и приемы привлечения внимания к объекту. Достижение аттракции в PR-акциях. Средства	4	2				1, 2, 3, 7, 9, 18, 26, 30, 33	Мозговой штурм

	побуждения в PR. Выигрышное позиционирование. Психологические особенности восприятия рекламного сообщения. Драматургия рекламы. Технологии поиска креативной концепции и рекламной идеи. Методы генерирования идей: «мозговой штурм», метод синектики, метод ассоциаций, метод записной книжки, креативный вопросник. Психосемантический анализ рекламного сообщения							
8	Тема 8. Суггестия как средство передачи информации				2			
	Суггестия и эффективность коммуникации. Техники внушения. Модель коммуникации в НЛП. Суггестивный элемент в текстах СМИ, рекламы и PR: сравнительный анализ				2		6, 7, 10,12	Дискуссии, опрос
	Тема 9. Этнопсихология и психология межкультурной коммуникации	2	2					
	Понятие этнопсихологии. Менталитет белоруса в историческом контексте. Личность белоруса глазами современников	2	2				25, 29	Представлен ие графически- текстовой презентации

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ПЕРЕЧЕНЬ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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

Промежуточными формами контроля усвоения дисциплины являются контролируемые самостоятельные занятия, а также задания, выполненные в ходе работы на семинарах.

Основными формами контроля самостоятельной работы студентов являются: реферирование оригинальных источников по тематике читательского семинара, выступление с графическими и текстово-графическими презентациями на практических занятиях, защита реферата.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. *Богданов, Е. Н.* Психологические основы «Паблик рилейшнз» / Е. Н. Богданов. – СПб.: Питер, 2003.
2. *Богомоллова, Н. Н.* Социальная психология печати, радио и телевидения / Н. Н. Богомоллова. – М. 1992.
3. *Доценко, Е. Л.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М., 1997.
4. *Кузин, В. И.* Психологическая культура журналиста: уч. пособие / В. И. Кузин. – СПб.: Изд-во С.Пет. ун-та. – 2001.
5. *Кузнецов, М. А.* Практическая психология PR и журналистики. Как позволить другим делать по-вашему: Уч.-практ. пособие / М. А. Кузнецов, И. В. Цыркунов. – М.: Рип-холдинг, 2002.
6. *Куницына, В. Н.* Межличностное общение / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова. – СПб, 2003.
7. *Лебедев-Любимов, А. Н.* Психология рекламы / А. Н. Лебедев-Любимов. – СПб.: Питер, 2003.
8. *Леонтьев, А. А.* Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 2001.
9. *Лепский, В. Е.* Проблемы информационно-психологической безопасности / В. Е. Лепский // Психологический журнал. 1996. Т.17. № 3. – С. 17-21.
10. *Майерс, Д.* Социальная психология / Д. Майерс. – СПб., 1998.
11. *Мельник, Г. С.* Mass Media: психологические процессы и эффекты / Г. С. Мельник. – СПб., 1996.
12. *Мельник, Г. С.* Общение в журналистике: секреты мастерства / Г. С. Мельник. – СПб., 2006.
13. *Олешко, В. Ф.* Психология журналистики: Уч. пособие / В. Ф. Олешко. – СПб.: Изд. Михайлова В. А., 2006.
14. *Петровская, Л. Д.* Методологические основы социально-психологического тренинга / Л. Д. Петровская. – М., 1982.

- 15.Пронина, Е. Е. Психологические особенности творческой работы репортера / Е. Е. Пронина. – М, 2002.
- 16.Пронина, Е. Е. Психология журналистского творчества / Е. Е. Пронина. – М, 2002.
- 17.Резенов, И. Ш. Психология рекламы и PR: Учебное пособие / И. Ш. Резенов. – М.: Дашков и К., 2004.
- 18.Рощин, С. К. Психология и журналистика / С. К. Рощин. – М.: Наука. – 1989.
- 19.Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис.– М, 2001.
- 20.Ценёв, В. Психология рекламы (реклама, НЛП и 25-й кадр) / В. Ценёв. – М.: Бератор, 2003.
- 21.Чалдини, Р. Психология влияния / Р.Чалдини. – СПб.: Питер Ком, 1999.
- 22.Янчук, В. А. Введение в современную социальную психологию / В. А. Янчук. – М., 2007.

Дополнительная

- 23.Богомолова, Н. Н. Интернет, Интернет-СМИ в сфере общения и их восприятие различными социальными группами / Н. Н. Богомолова // Мир психологии. – № 4. – 2006.
- 24.Васильев, Н. Н. Тренинг профессиональных коммуникаций в психологической практике / Н. Н. Васильев.– СПб.: Речь, 2005.
- 25.Дзялошинский, И. М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху: Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности / И. М. Дзялошинский,– М.: Восток, 1996.
- 26.Кравцова, О. Журналисты и психологическая травма: первые шаги к решению проблемы / О. Кравцова // Журналист, № 8. 2008. – С.19 – 21.
- 27.Матвеева, Л. В. Психология телевизионной коммуникации: учебное пособие / Л. В. Матвеева. – М.: Уч.-мет. коллектор «Психология», 2000.
- 28.Назаретян, А. П. Психология стихийного массового поведения: Толпа, слухи, политические и рекламные кампании: Учеб. пособ. для студ. вузов / А. П. Назаретян. – 2-е изд., перераб. – М.: Академия, 2005.
- 29.Пронин, Е. И. Психологические проблемы современной журналистики / Е. И. Пронин // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. 2001. № 3.
- 30.Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный». Технологии скрытого управления людьми / В. П. Шейнов. – М.: АСТ; Минск: Харвест. – 2003.
- 31.Шибутани, Т. Социальная психология / Т. Шибутани. – М. 1998.
- 32.Сетевой ресурс [<http://www.marketing.by>] – режим доступа свободный.
- 33.Сетевой ресурс [<http://www.myword.ru>] – режим доступа свободный.
- 34.Сетевой ресурс [<http://www.psylib.kiev.ua>] – режим доступа свободный.

ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. Объект, предмет и задачи психологии коммуникации.
2. Психология коммуникации и смежные науки.
3. Общение и социальные группы, виды общения.
4. Функции общения.
5. Коммуникативная сторона общения.

6. Интерактивная сторона общения.
7. Перцептивная сторона общения и ее механизмы.
8. Культура общения.
9. Особенности общения в массовой коммуникации.
10. Психологическая характеристика аудитории СМИ.
11. Психологические типы коммуникатора («роли» В.Ф. Олешко, «типосиндромы» Е.И. Пронина, типы харизматической личности Голдхабера, типы контакта Миллоу).
12. Парадигма «неограниченных эффектов» массовой коммуникации в психологических теориях.
13. Парадигма «ограниченных эффектов» массовой коммуникации в психологических теориях.
14. Профессиональное общение в журналистике.
15. Фазы речевого общения в работе журналиста.
16. Репортер в стрессовых ситуациях.
17. Психологический аспект информационной безопасности.
18. Характеристика творческих способностей журналиста.
19. Технологии создания журналистского произведения.
20. Патопсихология медиаторства.
21. Интернет-общение как трансформация традиционных форм общения.
22. Интернет-зависимость как феномен психической зависимости.
23. Сетевой этикет.
24. Психология восприятия в рекламной коммуникации.
25. Технологии поиска креативной концепции и рекламной идеи.
26. Социально-психологическая общность (толпа) как результат общения.
27. Психологические особенности PR-коммуникации.
28. Модель скрытого управления людьми (по В.П. Шейнову).
29. Принципы делового общения.
30. Влияние личностных качеств на общение, типы темпераментов по К. Юнгу, И. Майерс-Бриггс, типы модальностей по Бендлеру, Гриндеру.
31. Психология деловых бесед и переговоров.
32. Предмет и задачи социопсихолингвистики.
33. Константные элементы коммуникативного текста.
34. Психологические типы коммуникативных текстов (по Б.А. Зильберту, Е.Е. Прониной).
35. Прологическое мышление и мифологический текст.
36. Рационалистическое мышление и убеждающий текст.
37. Позитивистское мышление и прагматический текст.
38. Гуманистическое мышление и смысловывляющий текст.
39. Драйв-мышление и гедонистический текст.
40. Net-мышление и сетевой текст.
41. Приемы суггестивного воздействия в текстах СМИ.
42. Приемы суггестивного воздействия в рекламных текстах.
43. Приемы суггестивного воздействия в PR-текстах.
44. Психологическая ментальность белорусов на рубеже XX – XXI вв.

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)*
Теория коммуникации	технологии коммуникации		
Основы педагогики и психологии	психологии		

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ НА _____ / _____ УЧЕБНЫЙ ГОД

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры технологий коммуникации (протокол № _____ от _____ 20__ г.)

Заведующая кафедрой

к. филос. н., доцент _____ И.В. Сидорская
(подпись)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института журналистики

к. фил. н., доцент _____ С.В. Дубовик
(подпись)