



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра прикладной информатики и документоведения

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана факультета бизнес-коммуникаций
и информатики

М.Г. Синчурина

«24» апреля 2024 г

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля)

Б1.В.ДВ.02.01 Бизнес-коммуникации

(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки:

38.04.01 Экономика

(код, наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) подготовки:

Прикладная экономика и бизнес-консалтинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочная

(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий), очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*)*

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой прикладной информатики и документоведения:

Протокол № 7 от «24» апреля 2024 г.

Протокол № 8 от «22» марта 2024 г.

Председатель

М.Г. Синчурина

и.о. зав. кафедры

А.В. Рохин

СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	5
4.3 Содержание учебного материала	7
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	7
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	11
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	12
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	16
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	16
а) основная литература	16
б) дополнительная литература	16
в) периодическая литература	17
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	17
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	17
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	17
6.2. Программное обеспечение	19
6.3. Технические и электронные средства	19
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	19
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	20
8.1. Оценочные средства текущего контроля	20
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	23

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: изучив данный курс, студенты должны понимать сущность коммуникаций и рекламной деятельности предприятия, специфику внутриорганизационных коммуникаций; анализировать факторы, влияющие на эффективность коммуникаций и рекламных сообщений; осуществлять коммуникационный менеджмент в современном обществе, в организационной корпоративной культуре; уметь определять роль рекламной деятельности в маркетинговой коммуникации, проводить качественный анализ маркетингового процесса; оценить эффективность рекламного сообщения.

Задачи:

— дать студентам представление о существующих индивидуальных особенностях и свойствах личности, влияющих на индивидуальный стиль общения;

— развитие навыков организации эффективных форм индивидуальных и групповых коммуникаций;

— дать возможность студентам освоить основные теоретические положения, а также приобрести практические навыки в области рекламы как составных частей интегрированных коммуникаций;

— показать особенности работы специалистов рекламы в государственных, социальных, политических структурах, понимать специфику связей с общественностью в международной сфере, в работе с инвесторами, с местным сообществом, с представителями средств массовой информации; создать условия для освоения основных принципов комплекса коммуникативных технологий, направленных на управления имиджем и репутацией через различные каналы коммуникации, включая Интернет-коммуникации.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Бизнес-коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина «Бизнес-коммуникации» представляет собой курс лекций, практических занятий, посвященных изучению природы коммуникаций и закономерностей конструктивного общения, а также формированию у студентов представления о специфике рекламной коммуникации.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

— Бизнес-консалтинг.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

— нет.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-2 Способен анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов	ПК-2.1	Знает управление персоналом самостоятельного специального подразделения внутреннего контроля
	ПК-2.2	Умеет координировать деятельность подразделений по организации и осуществлению внутреннего контроля

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, в том числе 9 часов на контроль, из них 9 часов на экзамен.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 26 часов контактной работы и 177 часов самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Консультации		
			Лекции (из них электронные часы)	Семинарские (практические) занятия (из них электронные часы)				
1	Предмет и задачи курса	4	1 (1)	1 (1)	0	14		
2	Социально-психологические аспекты бизнес-коммуникаций	4	1 (1)	1 (1)	0	14		
3	Имидж делового человека	4	1 (1)	1 (1)	0	14		
4	Умение эффективно говорить и слушать	4	1 (1)	1 (1)	0	15		
5	Деловая переписка	4	1 (1)	1 (1)	0	15		
6	Телефонное общение	4	1 (1)	1 (1)	0	15		
7	Предмет, метод и задача рекламы	4	1 (1)	1 (1)	0	15		
8	Социально-психологические основы рекламы	4	1 (1)	2 (2)	0	15		

9	Правовое регулирование рекламной деятельности. Классификация рекламных средств	4	1 (1)	1 (1)	0	15	
10	Рекламные средства и их применение. Организация, планирование и управление рекламной деятельностью	4	1 (1)	1 (1)	0	15	
11	Основы разработки рекламных объявлений и текстов	4	1 (1)	2 (2)	0	15	
12	Эффективность рекламной деятельности	4	1 (1)	1 (1)	0	15	
Итого за 4 семестр			12 (12)	14 (14)	0	177	Экз (9)
Итого часов			12 (12)	14 (14)	0	177	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се- мест р	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце- ночно е сред- ство	Учебно - методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выпол- нения	Зат- раты вре- мени , час. (из них с при- мене- - нием ДОТ)		
4	Предмет и задачи курса	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	1 недел я	14 (14)	Тест, Пз	[1,2,3,4]
4	Социально-психологические аспекты бизнес-коммуникаций	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	1 недел я	14 (14)	Тест, Пз	[1,2,3,4]
4	Имидж делового человека	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	1 недел я	14 (14)	Тест, Пз	[1,2,3,4]

4	Умение эффективно говорить и слушать	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	2 недел я	15 (15)	Тест, Пз	[1,2,3,4]
4	Деловая переписка	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	2 недел я	15 (15)	Тест, Пз	[1,2,3,4]
4	Телефонное общение	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	2 недел я	15 (15)	Тест, Пз	[1,2,3,4]
4	Предмет, метод и задача рекламы	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	3 недел я	15 (15)	Тест, УО	[1,2,3,4]
4	Социально-психологические основы рекламы	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	3 недел я	15 (15)	Тест, Пз	[1,2,3,4]
4	Правовое регулирование рекламной деятельности. Классификация рекламных средств	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	3 недел я	15 (15)	Тест, Пз	[1,2,3,4]
4	Рекламные средства и их применение. Организация, планирование и управление рекламной деятельности	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	4 недел я	15 (15)	Тест, Пз	[1,2,3,4]
4	Основы разработки рекламных объявлений и текстов	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	4 недел я	15 (15)	Пз	[1,2,3,4]
4	Эффективность рекламной деятельности	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы	4 недел я	15 (15)	Пз	[1,2,3,4]
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				177		

Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)	177		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)	177		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	6
Наименование основных разделов (модулей)	Предмет и задачи курса Социально-психологические аспекты бизнес-коммуникаций Имидж делового человека Умение эффективно говорить и слушать Деловая переписка Телефонное общение Предмет, метод и задача рекламы Социально-психологические основы рекламы Правовое регулирование рекламной деятельности. Классификация рекламных средств Рекламные средства и их применение. Организация, планирование и управление рекламной деятельности Основы разработки рекламных объявлений и текстов Эффективность рекламной деятельности
Формы текущего контроля	Тест, устный опрос, практическое задание
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	Коммуникационный процесс, передача и восприятие информации, интерпретация информации и формулирование ответа, передача ответа. Характеристики коммуникационных сетей. Роль обратной связи. Коммуникативные барьеры.	1 (1)	Тест, УО	ПК-2.1, ПК-2.2

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
2	2	Цели и функции общения. Основные элементы коммуникации. Модели коммуникации. Деловое общение: деловая беседа; деловые переговоры; деловые совещания; публичные выступления.	1 (1)	Тест, УО	ПК-2.1, ПК-2.2
3	3	Имидж делового человека. Составляющие имиджа. Факторы, влияющие на создание имиджа. Самопрезентация как важнейший элемент культуры менеджера. Этикет.	1 (1)	Тест, УО	ПК-2.1, ПК-2.2
4	4	Выбор темы. Подготовка к выступлению. Умение вести диалог, задавать вопросы. Культура делового спора. Приемы ведения дискуссии. Мастерство презентации.	1 (1)	Тест, УО	ПК-2.1, ПК-2.2
5	5	Виды писем. Стилистика. Структура.	1 (1)	Тест, УО	ПК-2.1, ПК-2.2
6	6	Телефонное общение. Эффективное общение. Плюсы и минусы телефонных коммуникаций. Правила хорошего тона при разговоре по телефону.	1 (1)	Тест, УО	ПК-2.1, ПК-2.2

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
7	7	Уяснение специфики рекламы. Письменная проверочная работа по пройденному материалу. Понятие, сущность и задачи рекламы. Предмет и методологические основы курса. Сравнительная характеристика различных видов рекламы. Типы рекламы в России и за рубежом. Примеры рекламных кампаний разных типов. Характеристика участников рекламного процесса.	1 (1)	Тест, УО	ПК-2.1, ПК-2.2
8	8	Специфические особенности развития рекламного рынка в России. Тенденции и проблемы развития рекламы в России. Местный рекламный рынок. Основные методы исследований в рекламе, примеры. Этапы процесса исследований.	2 (2)	Тест, УО	ПК-2.1, ПК-2.2

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
9	9	Юридическое оформление взаимоотношений между рекламным агентством, рекламодателем и средством распространения рекламы. Система взаиморасчетов рекламных агентств с заказчиками и конкурентами. Примеры классификаций рекламных кампаний. Принципы проведения рекламных кампаний. Примеры удачных рекламных кампаний в мире, в России, в Иркутске.	1 (1)	Тест, УО	ПК-2.1, ПК-2.2
10	10	Средства рекламы, различия между ними. Преимущества и недостатки. Примеры. Показатели, ктр обязательно нужно определять в случае использования: газет, журналов, телевидения, радио, рекламных щитов, постеров, каталогов, справочников в качестве носителей рекламы? Современные средства рекламы. Их распространение в России. Основные методы исследований в рекламе. Примеры их использования. Роль исследований при планировании рекламы. Преимущества от планирования рекламы.	1 (1)	Тест, УО	ПК-2.1, ПК-2.2

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
11	11	Изучить тему основы разработки рекламных объявлений и текстов и подготовить ответ на вопросы: Основные принципы составления рекламных текстов. Художественное оформление рекламных объявлений. Выбор средств распространения рекламы. Творческая стратегия.	2 (2)	УО	ПК-2.1, ПК-2.2
12	12	Изучить тему эффективность рекламной деятельности. Проведение исследований при оценке эффективности рекламы. Проведение измерений при оценке эффективности рекламы. Методы оценки экономической эффективности рекламы. Методы оценки коммуникативной эффективности рекламы.	1 (1)	УО	ПК-2.1, ПК-2.2

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Предмет и задачи курса	Понять цель изучения дисциплины, задачи, предмет, место коммуникации в системе наук и на практике	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2
2	Социально-психологические аспекты бизнес-коммуникаций	Усвоить основные методы общения	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2
3	Имидж делового человека	На практике отработать вопросы, связанные с личным деловым имиджем	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
4	Умение эффективно говорить и слушать	Усвоить методы эффективных переговоров	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2
5	Деловая переписка	Понять принципы деловой переписки	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2
6	Телефонное общение	Усвоить правила телефонных переговоров	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2
7	Предмет, метод и задача рекламы	Ознакомление с рекламой и связями с общественностью как с процессом коммуникации	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2
8	Социально-психологические основы рекламы	Усвоить требования к специалисту в области рекламы	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2
9	Правовое регулирование рекламной деятельности. Классификация рекламных средств	Понять принципы устройства коммуникативной среды	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2
10	Рекламные средства и их применение. Организация, планирование и управление рекламной деятельностью	Понять сущность планирования рабочего времени, численности рабочего персонала, повышения эффективности труда	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2
11	Основы разработки рекламных объявлений и текстов	Разобраться с потоками: клиенты, конкуренты, партнеры	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2
12	Эффективность рекламной деятельности	Межкультурное взаимодействие, стереотипы, партнерство, подарки и сотрудничество	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеау-

диторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;

- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;

- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;

- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;

- развитие навыков самоорганизации;

- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Подготовка к лекции. Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование

психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

Подготовка к экзамену. Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочесть работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Разработка проекта (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов

информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

Разработка мультимедийной презентации Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титольный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. Болотова, Алла Константиновна. Психология коммуникаций [Текст] : научное издание / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков ; Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики". - М. : Высш. шк. экономики, 2015. - 496 с. ; 24 см. - Библиогр.: с. 478-495. - ISBN 978-5-7598-1107-7 : 416.00 р.

2. Булатова, Светлана Николаевна. Современная медиакультура [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. Н. Булатова. - ЭБК. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9624-1092-9 : 50.00 р.

3. Нахимова, Е. А. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Нахимова. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Флинта, 2013. - 153 с. - ЭБС "Айбукс". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9765-1573-4 : Б. ц.

4. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд [Текст] : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 159 с. ; 21 см. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0656-7 : 258.00 р.

б) дополнительная литература

1. Аминов, Илья Исакович. Психология делового общения [Текст] : учеб. пособие / И. И. Аминов. - 7-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2011. - 304 с. : ил. ; 21 см. - (Высшая школа менеджмента). - Библиогр.: с. 298-301. - ISBN 978-5-370-01988-3 : 140.60 р.

2. Душкина, М. Р. PR и продвижение в маркетинге [Электронный ресурс] : коммуникации и воздействие, технологии и психология / Р. Душкина. - Электрон. текстовые дан. - Санкт-Петербург : Питер, 2010. - 560 с. - ЭБС "Айбукс". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-49807-787-1 : Б. ц.

3. Папкина, Ольга Викторовна. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. "Соц.-культ. сервис и туризм" / О. В. Папкина. - ЭБК. - М : Академия, 2010. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - 20 доступов. - ISBN

978-5-7695-6554-0 : 173.46 р.

4. PR, реклама, маркетинг [Электронный ресурс] : словарь-справочник. - ЭВК. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2013. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9624-0865-1 : 50.00 р.

в) периодическая литература

Нет.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

— Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № бК-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук (Aser Aspire v3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMD Athlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b (24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	---

6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty	15000	Условия правообладателя	Условия правообладателя	Условия правообладателя

6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
---------------------	---

Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1	Эффективность рекламной деятельности	ПЗ	диалог	1
2				
3				
4				
5				
6				

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Тест	Предмет и задачи курса. Социально-психологические аспекты бизнес-коммуникаций. Имидж делового человека. Умение эффективно говорить и слушать. Деловая переписка. Телефонное общение. Предмет, метод и задача рекламы. Социально-психологические основы рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности. Классификация рекламных средств. Рекламные средства и их применение. Организация, планирование и управление рекламной деятельностью.	ПК-2.1, ПК-2.2
2	Устный опрос	Предмет и задачи курса. Социально-психологические аспекты бизнес-коммуникаций. Имидж делового человека. Умение эффективно говорить и слушать. Деловая переписка. Телефонное общение. Предмет, метод и задача рекламы. Социально-психологические основы рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности. Классификация рекламных средств. Рекламные средства и их применение. Организация, планирование и управление рекламной деятельностью. Основы разработки рекламных объявлений и текстов. Эффективность рекламной деятельности.	ПК-2.1, ПК-2.2

3	Практическое задание	<p>Предмет и задачи курса.</p> <p>Социально-психологические аспекты бизнес-коммуникаций.</p> <p>Имидж делового человека.</p> <p>Умение эффективно говорить и слушать.</p> <p>Деловая переписка.</p> <p>Телефонное общение.</p> <p>Социально-психологические основы рекламы.</p> <p>Правовое регулирование рекламной деятельности. Классификация рекламных средств.</p> <p>Рекламные средства и их применение.</p> <p>Организация, планирование и управление рекламной деятельности.</p> <p>Основы разработки рекламных объявлений и текстов.</p> <p>Эффективность рекламной деятельности.</p>	ПК-2.1, ПК-2.2
---	----------------------	---	----------------

Примеры оценочных средств для текущего контроля

Демонстрационный вариант теста

1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Атрибуцией называется:

- a. Приписывание определенным группам людей специфических черт
- b. Стремление человека быть в обществе других людей
- c. Интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей
- d. Все ответы неверны

2. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

В ценностно-ориентированных манипулятивных технологиях делового общения мишенью психологического воздействия являются:

- a. Потребности и склонности партнера-адресата
- b. Ценностные установки партнера-адресата
- c. Когнитивные структуры партнера-адресата
- d. Духовные идеалы партнера-адресата

3. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Деловые партнеры с визуальной модальностью мыслят преимущественно:

- a. Тактильными образами
- b. Аудиальными образами
- c. Зрительными образами

4. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

«Малый разговор» в деловой коммуникации ведется в рамках:

- a. Деловых интересов партнеров
- b. Личностных, неделовых интересов партнеров

с. Профессиональных интересов партнеров

5. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Логико-смысловое манипулирование информацией в деловом общении предлагает:

а. Дозирование информации

б. Сокрытие важных смысловых дискурсов информации

с. Вербализованную подачу социально значимых для адресата дискурсов информации

д. Утаивание информации

6. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Все люди делятся на:

а. Рациональных и иррациональных

б. Экстравертов и интровертов

с. Сенсорики и интуиты

д. Все ответы верны

7. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

К механизмам манипулятивного воздействия относятся:

а. Психотехнические приемы манипулятивного воздействия

б. Механизмы присоединения и внедрения, которые использует манипулятор

с. Психические автоматизмы и комплексы адресата манипуляции

д. Потребности, склонности, мотивации адресата манипуляции

8. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Мишени манипулятивного воздействия — это:

а. Объекты, включенные в деловую ситуацию

б. Структурные уровни психики манипулятора

с. Локальные психические структуры партнера-адресата, на которые направлено манипулятивное воздействие

9. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Особенность политико-правовой среды, которую фирме необходимо учитывать:

а. сроки функционирования законодательной и исполнительной власти между выборами

б. количество партий, принимающих участие в политической борьбе;

с. политическая стабильность

д. избирательное законодательство соответствующей страны

10. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

С помощью какого механического устройства экспонируются рекламные объявления с большой скоростью?

а. гальванометр

б. айтреккер

с. диаскоп

д. тахистоскоп

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену:

1. Базовые потребности в межличностном общении
2. Эмоциональное саморегулирование в межличностном общении
3. Виды психологических защит в межличностном общении
4. Функции самораскрытия в межличностном общении
5. Эффекты межличностного восприятия
6. Коммуникативные барьеры
7. Коммуникативные качества личности и методы определения личностных свойств
8. Коммуникативные типы деловых партнеров
9. Эффективные невербальные стратегии в деловой коммуникации
10. Принципы и стили эффективной устной деловой коммуникации
11. Особенности письменной деловой коммуникации
12. Понятие организации и ее виды
13. Организационная культура. Виды организационных культур
14. Виды организационных коммуникаций
15. Понятие организационных коммуникаций
16. Каналы организационных коммуникаций
17. Основные этапы организации и проведения организационных коммуникаций
18. Стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями
19. Интегрированный подход к управлению стратегией маркетинговых коммуникаций
20. Оценка средств массовой информации с точки зрения их рекламоспособности
21. Роль и механизмы рекламы в системе маркетинга
22. Понятие функциональности рекламы
23. Понятия целевой аудитории, сегментации и агрегатирования
24. Принципы достижения соответствия рекламных обращений целевой аудитории
25. Позиционирование и его роль в рекламе
26. Особенности и возможности восприятия рекламной информации
27. Защита интеллектуальной собственности в рекламе
28. Брендинг и мегабренд
29. Директ-маркетинг
30. Отличие качественных и количественных исследований и их назначение в рекламе
31. Понятие профилирования рекламной аудитории
32. Цели и задачи медиаанализа в рекламной деятельности
33. Роль SWOT-анализа в рекламной деятельности
34. Управление рекламной кампанией
35. Понятие и формат рекламной концепции
36. Визуальные и вербальные составляющие, структура и особенности рекламного обращения
37. Медиаплан и план-график
38. Понятия рейтинга, GRP, CPT, охвата

39. Особенности презентации концепции и медиаплана рекламодателю
40. Принципы организации рекламных агентств
41. Понятия медиабайинга и медиасейлинга
42. Принципы управления рекламными кампаниями
43. «Сейлз-промоушн»
44. Прогностика в рекламе
45. Оценка эффективности рекламных мероприятий
46. Влияние рекламы на потребительский спрос и потребительский выбор
47. Регулирование рекламной деятельности фирм
48. Особенности организации рекламных агентств
49. Стратегия рекламной деятельности
50. Планирование рекламной кампании
51. Различные подходы при выборе рекламных средств
52. Рентабельность СМИ
53. Критерии составления графиков выхода рекламы

Разработчики:



(подпись)

доцент
(занимаемая должность)

М.А. Осипов
(инициалы, фамилия)



(подпись)

профессор
(занимаемая должность)

Н.Я. Калюжнова
(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика».

Программа рассмотрена на заседании кафедры прикладной информатики и документоведения

Протокол № 8 от «22» марта 2024 г.

и.о. зав. кафедры



А.В. Рохин

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.