

Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор-директор ИСГТ

_____/Д.В. Чайковский/

«__» _____ 2013 г.

БАЗОВАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ»

НАПРАВЛЕНИЕ **031600 «Реклама и связи с общественностью»**

Профиль подготовки **«Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере»**

Квалификация (степень) Бакалавр

Базовый учебный план приема 2013 г.

Курс 4 семестр 7

Количество кредитов 2

Код дисциплины Б3.В11

Виды учебной деятельности	Временной ресурс по очной форме обучения
Лекции, ч	18
Практические занятия, ч	18
Лабораторные занятия, ч	-
Аудиторные занятия, ч	36
Самостоятельная работа, ч	36
ИТОГО, ч	72

Вид промежуточной аттестации Зачет в 7 семестре

Обеспечивающее подразделение Кафедра культурологии и социальной
коммуникации (КТЛ)

Заведующий кафедрой КТЛ _____ д.ф.н., проф. Н.А. Колодий
(ФИО)

Руководитель ООП _____ к.ф.н., доц. В.Н.Скворцова
(ФИО)

Преподаватель _____ к.ф.н., доц. Е.В. Галанина
(ФИО)

2013 г.

1. Цели освоения дисциплины

Изучение дисциплины «Межкультурная коммуникация» направлена на формирование межкультурной компетенции бакалавров. В результате освоения дисциплины бакалавр приобретает знания, умения и навыки, обеспечивающие достижение цели ЦЗ основной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью».

Код цели	Формулировка цели ООП	Цели дисциплины
ЦЗ	Подготовка выпускников к созданию эффективной коммуникационной системы организации, обеспечению внутренней и внешней коммуникации, формированию и поддержанию корпоративной культуры; планированию, подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий	Формирование знаний, умений и навыков осуществления эффективных межкультурных коммуникационных процессов

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к дисциплинам профессионального цикла (Б.3. В.10). Она непосредственно связана с дисциплинами гуманитарного, социального и экономического цикла. Пререквизитами для дисциплины «Межкультурная коммуникация» являются дисциплины: «Культурология», «Отечественная история», «Психология», «Социальная антропология», «Философия культуры», а также профессионального цикла: «Основы теории коммуникации», «Мировая культура и искусство», «Реклама в коммуникационном процессе», и опирается на освоенные при изучении данных дисциплин знания и умения.

Кореквизитами для дисциплины «Межкультурная коммуникация» являются дисциплины: «Профессиональный иностранный язык», «Профессиональная этика», «Конструирование рекламы», «Основы делового администрирования», «Брэндинг».

3. Результаты освоения дисциплины

Дисциплина нацелена на формирование у бакалавров знаний в области теории межкультурной коммуникации, умений и навыков адекватной интерпретации процессов и результатов взаимодействия представителей различных культур.

В соответствии с требованиями ООП «Реклама и связи с общественностью» освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций (результатов обучения), в т.ч. в соответствии с ФГОС:

Составляющие результатов обучения, которые будут получены при изучении данной дисциплины

Результаты обучения	Составляющие результатов обучения					
	Код	Знания	Код	Умения	Код	Владение опытом
Р1 (ПК - 1,2,3,12; ОК-10)		истории возникновения и теоретических основ межкультурной коммуникации; этнокультурных особенностей вербальной и невербальной коммуникации;		квалифицированно применять специальные культурологические знания в профессиональной деятельности		эффективного ведения диалога на основе знаний собственной культуры и культуры партнера
Р8 (ПК-24; ОК-1,2,3,1)		факторов, способствующих и препятствующих установлению взаимопонимания между коммуникантами		выявлять параметры, свойственные отсутствию взаимопонимания между культурами и приводящие к различного рода «сбоям» в коммуникации		адекватного восприятию информации и поведению в ситуациях межкультурного взаимодействия
Р10 (ПК-25; ОК-8,9)		национальных типов культур, своеобразия рекламной коммуникации в различных странах, норм русского коммуникативного поведения и этикета зарубежных стран		конструировать рекламу с учетом национальной специфики различных стран и адаптировать рекламные сообщения к инокультурной среде		планирования рекламной и ПР-деятельности в соответствии со стратегическим и планами организации и учетом кросс-культурной специфики

В результате освоения дисциплины «Межкультурная коммуникация» студентом должны быть достигнуты следующие результаты:

Планируемые результаты освоения дисциплины «Межкультурная коммуникация»

<i>№ n/n</i>	<i>Результат</i>
РД1	Применять знания общих проблем кросс-культурных связей и межкультурного взаимодействия при планировании и организации рекламных и PR-компаний
РД2	Владеть навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных культур
РД3	Проводить идеи мультикультурности и диалога культур, включать ценностное отношение к явлениям культуры в практику профессиональной деятельности

4. Структура и содержание дисциплины

Раздел 1. История возникновения и развития теории межкультурной коммуникации.

Лекция. Исторические факторы и обстоятельства возникновения теории межкультурной коммуникации. Этапы становления теории межкультурной коммуникации в США, Европе и России. Объект и предмет исследования в теории межкультурной коммуникации.

Раздел 2. Основные понятия и теоретические основы межкультурной коммуникации.

Лекция. Семинар. Понятие «культура» и основные методологические подходы к дефиниции культуры. Проблема типологизации культуры. Основные элементы культуры: язык, нормы, ценности, традиции. Функции культуры. Социокультурная идентичность. Социализация и инкультурация. Мировосприятие через призму культуры. Специфика проявления менталитета и национального характера в процессе межкультурной коммуникации.

Понятие «коммуникация». Структура коммуникативного акта. Механизмы межкультурной коммуникации и её составляющие. Модели культурно-коммуникативной вариативности: теория высоко- и низкоконтекстуальных культур Э. Холла.; теория ценностных ориентаций Ф. Клакхона, Ф. Стродбека; параметрическая модель культуры Г. Хофстеде; система культурных измерений Г. Малетцке. Детерминанты межкультурной коммуникации.

Раздел 3. Вербальные и невербальные составляющие межкультурной коммуникации.

Лекция. Семинар. Язык и культура: национально-культурная детерминированность речевого поведения. Гипотеза лингвистической

относительности Э. Сэпира – Б. Уорфа, «этнография коммуникации» Д. Хаймса. Языковые единицы как хранители культурной информации. Концепт как основа языковой картины мира.

Функции невербальной коммуникации. Основные направления изучения невербальной коммуникации: сенсорика, проксемика, кинесика, такесика, сенсорика, хронемика. Паравербальная коммуникация. Этнокультурные особенности невербальной коммуникации.

Раздел 4. Проблема «чужеродности» культуры и аккультурация как процесс освоения иноязычной культуры.

Лекция. Семинар. Формы и способы освоения «чужой» культуры. Социокультурные основания диспозиции «свой-чужой». Проблема этноцентризма и культурный релятивизм. «Культурный шок» в процессе освоения иностранной культуры: причины, этапы развития, способы преодоления. Модель освоения «чужой» культуры М. Беннета. Понятие и формы аккультурации.

Раздел 5. Коммуникативные помехи и пути их преодоления.

Лекция. Семинар. Понятие о коммуникативных помехах, их виды: физиологические, языковые, поведенческие, психологические и культурологические. Социальная категоризация и стереотипизация в межкультурной коммуникации. Понятие и функции стереотипов. Авто- и гетеростереотипы. Типология неудач в межкультурной коммуникации (технические, системные, дискурсивные, идеологические) и пути их нейтрализации.

Раздел 6. Реклама в контексте межкультурных коммуникаций.

Лекция. Семинар. Организация рекламы на зарубежном рынке. Проблема глобализации (стандартизации) и локализации (адаптации) рекламы. Специфические трудности в международной рекламе. Трудности и стратегии перевода рекламных сообщений.

Своеобразие рекламной коммуникации в различных странах. Эффективность рекламного воздействия за счет использования культурной, политической и религиозной символики. Этнокультурные стереотипы и их использование в рекламе. Полиэтническая и поликонфессиональная специфика рекламной деятельности в России.

Раздел 7. Международный бизнес как форма межкультурной коммуникации.

Семинар. Национально - культурные различия в контексте международного бизнеса (Ф. Тромпенаарс, Ч. Хампден-Тернер). Классификация деловых культур в международном бизнесе: моноактивные, полиактивные и реактивные (Д. Р. Льюис). Национальные модели управления. Межкультурная коммуникация в многонациональных

корпорациях. Особенности этикетных норм поведения зарубежных стран. Международные мероприятия: организация и проведение.

Раздел 8. Национальное своеобразие русской культуры в межкультурных контактах.

Семинар. Факторы формирования своеобразия национальной культуры. Специфика русского национального характера и коммуникативного поведения. Россия и Запад: проблема взаимовосприятия и взаимопонимания культур.

6. Организация и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов (СРС)

6.1. Виды и формы самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов включает текущую и творческую проблемно-ориентированную самостоятельную работу (ТСР).

Текущая СРС направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений и заключается в:

- работе с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме;
- выполнении домашних заданий;
- переводе текстов из тематических информационных ресурсов с иностранных языков;
- изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- изучении теоретического материала к практическим занятиям подготовка презентаций;
- подготовке к проектной работе, к зачету.

Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа (ТСР) направлена на развитие интеллектуальных умений, комплекса универсальных и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала специалистов и заключается в:

- поиске, анализе, структурировании и презентации информации, анализе научных публикаций по определенной теме исследований;
- выполнении проекта;
- исследовательской работе и участии в научных студенческих конференциях.

6.3. Контроль самостоятельной работы

Оценка результатов самостоятельной работы организуется как единство двух форм: самоконтроль и контроль со стороны преподавателя.

7. Средства текущей и итоговой оценки качества освоения дисциплины

Оценка качества освоения дисциплины производится по результатам следующих контролирующих мероприятий:

Контролирующие мероприятия	Кол-во	Баллы
Выступление (презентация)	9	36
Защита ИДЗ	1	5
Контрольная работа	1	15
Коллоквиум	1	4
Зачет		40
Всего		100

Средства (фонд оценочных средств) оценки текущей успеваемости и промежуточной аттестации студентов по итогам освоения дисциплины «Межкультурная коммуникация» представляют собой комплект контролирующих материалов следующих видов:

- **Вопросы входного контроля.** Проверяют уровень представления студентов об основных понятиях предмета.

Пример: Что такое коммуникация?

- **Вопросы для самоконтроля**

Пример:

1. Межличностная дифференциация дистанции при общении может служить одним из критериев разграничения различных типов культур. Как по данному критерию мы можем охарактеризовать изучаемые культуры: британская, русская, американская, немецкая, испанская, итальянская, китайская, японская?
2. Продемонстрируйте различие национальных картин мира на основе восприятия времени и пространства представителями различных культур.
3. Какие функции выполняют стереотипы в межкультурной коммуникации? Почему стереотипы могут стать «помехами» межкультурного взаимопонимания?
4. В чем заключаются основные отличия невербального поведения представителей западного и восточного типов культур?

- **Контрольные вопросы, задаваемые при проведении практических занятий**

Тема: «Проблема стандартизации и адаптации рекламы».

Задание 1. Найдите примеры адаптации иноязычной рекламы. Сравните с российским вариантом рекламного сообщения.

Задание 2. Приведите примеры полной, частичной стандартизации рекламы и полностью адаптированной к национальным условиям. В каких случаях целесообразна стандартизация рекламы?

Тема: «Трудности и стратегии перевода рекламных сообщений».

Задание 3. Найдите пример не адаптированной иноязычной рекламы. Предложите свой вариант адаптации, перевода рекламного текста.

Задание 4. Приведите примеры адекватного и неудачного перевода рекламных объявлений на другие языки.

Тема: «Своеобразие рекламной коммуникации в различных странах».

Задание 5. Соберите примеры рекламы определенной торговой марки, предназначенной для рынков разных стран мира. Определите сходства и отличия в продвижении этой марки на российском рынке и в других странах. Чем обусловлены эти отличия?

• Вопросы, выносимые на зачет

Примерный список вопросов аттестации

1. История возникновения и развития теории межкультурной коммуникации.
2. Понятие «культура»: плюрализм методологических подходов.
3. Социокультурная идентичность. Социализация и инкультурация.
4. Этноцентризм и формы его проявления в культуре.
5. Понятие «коммуникация». Структура коммуникативного акта.
6. Механизмы межкультурной коммуникации и её составляющие.
7. Теории межкультурной коммуникации.
8. Язык и культура: национально-культурная детерминированность речевого поведения.
9. Этнокультурные особенности невербальной коммуникации.
10. «Культурный шок» в процессе освоения «чужой» культуры: причины, этапы развития, способы преодоления.
11. Понятие и формы аккультурации.
12. Понятие и сущность стереотипа, его функции и влияние на процесс межкультурного взаимодействия. Авто- и гетеростереотипы.
13. Проблема глобализации (стандартизации) и локализации (адаптации) рекламы.
14. Влияние культурных различий на способы проведения рекламных кампаний.
15. Особенности этикетных норм поведения зарубежных стран.
16. Национально - культурные различия деловых культур в контексте международного бизнеса.
17. Россия и Запад: проблема взаимовосприятия и взаимопонимания культур.

Разработанные контролирующие материалы позволяют оценить степень усвоения теоретических и практических знаний, приобретенные умения и умения, и способствуют формированию общекультурных и

профессиональных компетенций студентов.

8. Рейтинг качества освоения дисциплины

Оценка качества освоения дисциплины в ходе текущей и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с «Руководящими материалами по текущему контролю успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации студентов Томского политехнического университета», утвержденными приказом ректора № 77/од от 29.11.2011 г.

В соответствии с «Календарным планом изучения дисциплины»:

- текущая аттестация (оценка качества усвоения теоретического материала (ответы на вопросы и др.) и результаты практической деятельности (решение задач, выполнение заданий, решение проблем и др.) производится в течение семестра (оценивается в баллах (максимально 60 баллов), к моменту завершения семестра студент должен набрать не менее 33 баллов);
- промежуточная аттестация (экзамен, зачет) производится в конце семестра (оценивается в баллах (максимально 40 баллов), на экзамене (зачете) студент должен набрать не менее 22 баллов).

Итоговый рейтинг по дисциплине определяется суммированием баллов, полученных в ходе текущей и промежуточной аттестаций. Максимальный итоговый рейтинг соответствует 100 баллам.

В целях приведения в соответствие с международной практикой оценивания учебных достижений студентов в ТПУ действует шкала соответствия традиционных, литерных и рейтинговых оценок.

Традиционная оценка	Литерная оценка (ESTS)	Рейтинговая оценка	Определение оценки
Отлично	A+	96-100 баллов	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и опыт.
	A	90-95 баллов	
Хорошо	B+	80-89 баллов	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт.
	B	70-79 баллов	
Удовлетворительно	C+	65-69 баллов	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт.
	C	55-64 баллов	
Зачтено	D	Более 55 баллов	Результаты обучения соответствуют минимальным требованиям.

Неудовлетворительно	F	Менее 55 баллов	Результаты обучения не соответствуют минимальным требованиям.
---------------------	---	-----------------	---

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Белая Е.Н. Теория и практика межкультурной коммуникации. – Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2008. – 208 с.
2. Гришаева Л.И., Цурикова Л.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – М.: Академия, 2007. – 336 с.
3. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352с.
4. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: Гнозис, 2003. – 288 с.
5. Куликова Л.В. Межкультурная коммуникация: теоретические и прикладные аспекты. На материале русской и немецкой лингвокультур.– Красноярск: РИО КГПУ, 2004. – 196 с.
6. Леонтович О.А. Введение в межкультурную коммуникацию. – М.: Гнозис, 2007. – 368 с.
7. Лебедева Н.М., Лунева О.В., Стефаненко Т.Г., Мартынова М.Ю. Межкультурный диалог. Тренинг этнокультурной компетентности. М.: Издательство РУДН, 2003. – 268с.
8. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. – М.: Дело, 1999. – 439 с.
9. Садохин А. П. Межкультурная коммуникация: учебное пособие. – М.: Альфа-М; Инфра-М, 2004. – 288 с.
- 10.Тромпенаарс Ф., Хампден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса. – Минск: Попурри, 2004 г. – 528 стр.

Дополнительная литература:

1. Босрок М. М. Деловая Европа: правила путешественника. – М.: Поколение, 2007. – 688 с.
2. Введение в теорию коммуникации. – Калининград: Изд-во РГУ им. И.Канта, 2006. – 135 с.
3. Виссон Л. Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур. – М.: Р. Валент, 2003. – 192 с.
4. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М.: URSS КомКнига, 2007. – 103 с.
5. Люттерйоганн М. Эти поразительные японцы. – М.: АСТ: Астрель, 2005. – 204 с.
6. Маслова В.А. Лингвокультурология: учебное пособие для вузов. – М.: Академия, 2007. – 202 с.

7. Межкультурная коммуникация и проблемы национальной идентичности. – Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2002. – 648 с.
8. Мельникова А. А. Язык и национальный характер. Взаимосвязь структуры языка и ментальности. – СПб.: Речь, 2003. – 317
9. Мельникова Е. В. Культура и традиции народов мира: этнопсихологический аспект. – М.: Диалог культур, 2006. – 304 с.
10. Моррисон Т. Деловая Азия. Как вести бизнес в 12 странах Азии: правила путешественника. – М.: Поколение, 2007. – 400 с.
11. Моррисон Т. Деловая Латинская Америка. Как вести бизнес в 18 странах Латинской Америки: правила путешественника. – М.: Поколение, 2007. – 352 с.
12. Московцев Н. Бизнес по-русски, бизнес по-американски. – СПб.: Питер, 2003. – 352 с.
13. Музыкант В.Л. Реклама: международный опыт и российские традиции. – М.: Право и закон, 1996. – 220 с.
14. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. проф. М. А. Василюка. – М.: Гардарики, 2005. – 615 с.
15. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. – М.: Логос, 2007. – 224с.
16. Прохоров Ю.Е. Русские: коммуникативное поведение. – М.: Наука: Флинта, 2007. – 328 с.
17. Сканава А. А. Бизнес-этикет в арабских странах. – М.: КноРус, 2010. – 155 с.
18. Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур: вопросы теории и практики межъязыковой и межкультурной коммуникации.– М.: АСТ: Астрель: Хранитель, 2007. – 286 с.
19. Фаст Дж., Холл Э. Язык тела. Как понять иностранца без слов. – М.: Вече, Персей, Аст, 1997. – 432 с.

Internet–ресурсы:

1. Асмолов А., Фейгенберг Е. За порогом рациональности: лингвоцентризм и парадоксы невербальной коммуникации. Режим доступа: <http://www.ashtray.ru/main/texts/asmolov.htm>
2. Владимирова Л. В. Межкультурная коммуникация и проблемы обучения иностранным языкам. Режим доступа: <http://www.ksu.ru/f10/publications/2003/rsf.php?sod2=50>
3. Зинченко В.Г., Зусман В.Г. Межкультурная коммуникация. Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/m_komm/
4. Межкультурная коммуникация. Режим доступа: http://its-journalist.ru/Parts/mezhkul._turnaya_kommunikaciya.html
5. Песоцкий Е. Современная реклама, 2001. Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/archive/sovremennaja_reklama/

6. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации, 2001. Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/archive/pochepcov_teorija/11.aspx
7. Саблина С.Г. Барьеры коммуникации в межкультурной среде // «Актуальные проблемы теории коммуникации». СПб, 2004. Режим доступа: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/s/sablina.shtml
7. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация, 2000. Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/archive/ter_jasik/
8. Шалин В.В. Толерантность, 2000. Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/archive/shalin_tolerantnost/
9. LeBaron Michelle. "Cross-Cultural Communication." *Beyond Intractability*. Eds. Guy Burgess and Heidi Burgess. Conflict Research Consortium, University of Colorado, Boulder. Posted: July 2003. Режим доступа: http://www.beyondintractability.org/essay/cross-cultural_communication/
10. Carolee Buckler, Kelly Moore. "Cross-Cultural Communication". Режим доступа: http://www.ookpik.org/pdf/cross_cultural_coms.pdf

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины «Межкультурная коммуникация»:

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, компьютерных классов, учебных лабораторий, объектов для проведения занятий с перечнем основного оборудования	Корпус, ауд., количество установок
1	Учебный кабинет № 320 – оборудован компьютерами «Intant i7512» – 2 ед.; медиапроекторами NeC NP 3250 (2 ед.); документ-камерой AverVision SPC300; терминалом Vega X5; групповым терминалом ВКС; управляемой камерой RS-232 Sony EVI-D70; усилителем RCE UP; экранами Baronet NTSC(3:4) 244/96 – 2 ед.; интерактивной ЖК-панелью; микрофоном Beuerdynamic SNM 205(конденсаторный микрофон на гусиной шее); микрофоном dB Technologies PU 860 L(петличная двухантенная 16-ти канальная радиосистема); микрофоном dB Technologies PU 860 M (вокальная двухантенная радиосистема); акустической системой RCF PL60 (встроенный потолочный гр-ль, 6 Вт, 70/100 В)	к. 19, 320 ауд., 16
2	Учебный кабинет – оборудован компьютером «Intant i7512», мультимедиа-проектором LG RD-DX130; экраном Baronet NTSC(3:4) 244/96; доской учебной белой.	к. 19, 301 ауд., 4
3	Учебный кабинет – оборудован компьютерами «КС Лидер» E5300 – 4 ед.; компьютерами Intel Core 2 Duo – 5 ед.;	к. 19, 321 ауд., 13

	кондиционером настенным; экраном Baronet NTSC(3:4) 244/96; мультимедиа-проектором LG RD-DX130; доской учебной «Esselte», Швеция.	
4	Учебный кабинет – оборудован компьютерами Intel Core 2 Duo – 4 ед.; компьютером Pentium 4 – 5 ед.; доской учебной «Esselte», Швеция; доской электронной белой прямой проекции Hitachi HT-FX-77WL; мультимедиа-проектором LG RD-DX130	к. 19, 332 ауд., 12

Программа составлена на основе Стандарта ООП ТПУ в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и ООП ВПО ТПУ по направлению подготовки 130600 «Реклама и связи с общественностью»

Программа одобрена на заседании кафедры КТЛ
(протокол № ____ от «__» _____ 2013 г.).

Авторы

доцент, к.ф.н. Галанина Е.В.
доцент, к.ф.н. Скворцова В.Н.

Рецензент

профессор, д.ф.н. Колодий Н.А.