

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
 высшего образования  
**«Владимирский государственный университет**  
**имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**  
**(ВлГУ)**



УТВЕРЖДАЮ  
 Проректор  
 по образовательной деятельности

А.А.Панфилов

« 29 » 08 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОБЩАЯ ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ И МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**  
 (наименование дисциплины)

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
2	6/216	36			144	Экзамен(36)
Итого	6/216	36			144	Экзамен(36)

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины Общая теория коммуникации и массовой информации являются

- ознакомление с историей развития коммуникации как процесса обмена информацией;
- изучение закономерностей развития коммуникативных революций;
- изучение типологии коммуникации;
- ознакомление с ролью человека в системе обмена информацией;
- изучение коммуникационного процесса и его составляющих.
- изучение закономерностей функционирования массовой информации в обществе;
- ознакомление с особенностями возникновения и развития теорий массовой информации как социального процесса;
- ознакомление с историей возникновения и развития журналистики как вида деятельности;
- анализ особенностей журналистского творчества, ознакомление с жанровой спецификой журналистики;
- изучение производственных характеристик функционирования системы массовой информации и особенностей работы СМИ как предприятия;
- ознакомление студентов с особенностями организации работы редакции СМИ, освоение методов исследования массовой информации;
- изучение технологии организации и проведения коммуникационных кампаний.

Применительно к подготовке специалиста по связям с общественностью в курсе «Общая теория коммуникации и массовой информации» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебный курс «Общая теория коммуникации и массовой информации» входит в базовую часть первого блока учебного плана ОПОП и логически и методически связан с учебными дисциплинами «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение PR-кампаний», «Основы медиапланирования».

Для успешного освоения курса «Общая теория коммуникации и массовой информации» студент должен иметь представления о закономерностях развития общественных отношений, иметь начальные представления о деятельности СМИ.

Учебный курс «Общая теория коммуникации и массовой информации» необходим как предшествующий изучению дисциплин «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Организация и проведение PR-кампаний».

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- особенности организации и проведения коммуникационных кампаний (ОПК-4);

2) Уметь:

- планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

3) Владеть:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Экзамен	Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР			
1	Исторические вехи возникновения и развития коммуникации	2	1	2				11			1/50%	
2	Типы, виды, функции и средства		2	2				11			1/50%	

	коммуникаций										
3	Массовая коммуникация и массовая информация.	3	2			11			1/50%		
4	Модели и структурные компоненты коммуникации	4	2			11			1/50%		
5	Коммуникационный процесс.	5	2			11			1/50%	Рейтинг-контроль 1	
6	Социологические доминанты коммуникации	6	2			11			1/50%		
7	Коммуникативная личность. Коммуникатор и коммуниканты. Аудитория и коммуникации	7-8	4			11			2/50%		
8	Язык как средство коммуникации. Журналистское произведение как текст: жанровые разновидности	9-11	6			12			3/50%	Рейтинг-контроль 2	
9	Глобализация информационных процессов и информационное общество	12	2			11			1/50%		
10	Система СМИ: печать, радио, телевидение	13	2			11			1/50%		
11	Правовые и этические нормы в СМИ	14	2			11					
12	Техническое оснащение СМИ. История полиграфии. Верстка и дизайн.	15	2			11			1/50%		
13	Организация и проведение коммуникативных мероприятий	16-18	6			11			3/50%	Рейтинг-контроль 3	

	вных кампаний										
ИТОГО			36				144			18/50%	Экзамен (36)

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Лекции, рейтинговая аттестация студентов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах составляет 30 часов или **83 %** аудиторных занятий. Занятия лекционного типа составляют 36 часов или 100% аудиторных занятий (определяется соответствующим ФГОС).

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

### Вопросы для самостоятельной работы:

1. Почему теория коммуникации является междисциплинарной отраслью знаний?
2. Можно ли назвать коммуникативной революцией изобретение письменности, изготовление печатного станка, внедрение электронных масс-медиа?
3. Раскройте понятия «общение», «коммуникация», «социальная коммуникация», «речевая деятельность»?
4. Каковы базовые составляющие социальной коммуникации?
5. Какие теории коммуникации и информации, разработанные отечественными и зарубежными учеными, сыграли наибольшую роль в формировании современной теории коммуникации?
6. Какие существуют подходы к обоснованию типов коммуникации?
7. Чем характеризуется классическая линейная коммуникация?
8. Чем отличаются нелинейные модели от линейных?
9. Через кого осуществляется коммуникация в двухступенчатых моделях?
10. Каковы особенности межличностной коммуникации?
11. Каковы социально значимые функции межличностной коммуникации?
12. Какие мотивационные теории объясняют сущность и функции межличностной коммуникации?
13. Назовите основные семиотические модели коммуникации.
14. В чем сходство и различия между понятиями «коммуникативный процесс» и «коммуникация как процесс»?
15. Какие способы передачи информации вы знаете?
16. Можно ли общение рассматривать как коммуникативный процесс?
17. Дайте определение коммуникативной личности?
18. Перечислите основные параметры коммуникативной личности.
19. Что такое мотивационный параметр коммуникативной личности?
20. Что такое абракадабра?
21. Приведите примеры семантических и фонетических барьеров речевой коммуникации.
22. Назовите основные характеристики логического барьера и пути его преодоления.

23. Дайте определение аудитории коммуникации.
24. Что такое обратная связь с аудиторией?
25. Какую роль играет массовая коммуникация в сферах общественных связей и отношений?
26. Что такое информационная сфера?
27. Перечислите виды и формы информации.
28. В чем заключается коммуникативная функция информации?
29. Что такое обратная связь с аудиторией?
30. От чего зависит эффективность коммуникации?
31. Что такое статусный барьер?
32. Сходство и различия в организации коммуникации в различных сферах.
33. Особенности организации коммуникации в условиях кризиса и социальных конфликтов.
34. Особенности применения социологических методов в анализе процессов коммуникации.
35. Какие общенаучные и специальные методы применяются при исследованиях процессов коммуникации?
36. Оцените пражурналистские явления в античном мире, средневековой Европе и допетровской России.
37. Почему в XIX и особенно в XVIII веках в России издатели отдавали предпочтение не газете, а журналу?
38. Назовите крупнейшие транснациональные монополии, владеющие СМИ.
39. Каковы особенности информационной инфраструктуры в разных странах?
40. Нужна ли в современных условиях цензура?
41. В чем суть глобализации информационных процессов?
42. Какие проблемы необходимо решить на пути к глобальному информационному пространству?
43. Возможен ли сегодня «персональный журнализм»?
44. Когда в обиход вошли такие понятия, как «газета», «журнал», «журналистика»?
45. Когда появилось понятие «пропаганда»?
46. В чем особенность «нового журнализма»?
47. Что такое «концептуальная журналистика»?
48. Какие типы газет вы знаете?
49. При каких условиях в системе СМИ могут мирно существовать газеты полярных идеологических направлений?
50. В чем особенность современных качественных газет?
51. Почему Интернет причисляют к СМИ?
52. Какой формат радио для вас наиболее привлекателен и почему?
53. Раскройте типологию телевидения.
54. Как работает редакция?
55. Назовите основные источники информации?
56. В чем причины экономических трудностей СМИ?
57. Каковы экономические условия независимости СМИ?
58. В каких случаях СМИ может обойтись без рекламы?
59. Что такое принципы и комплекс маркетинга?
60. Какова программа изучения рынка массовой аудитории?
61. Приведите примеры удачного и неудачного сегментирования СМИ на рынке.
62. Рассчитайте модель рентабельной газеты, выбрав любой вариант (тираж 5, 10, 25, 50, 75, 100 и 300 тысяч экземпляров; объем 4, 8, 16, 32, 64 полос.
63. Какова структура бюджета телерадиокомпании, информационного агентства?
64. Что такое бизнес-план СМИ? Каковы его разделы?
65. Назовите современные информационные технологии в периодической печати, на телевидении и радио?
66. Какова роль Интернета в творчестве журналиста?
67. Подготовьте интервью, реплику, комментарий на любую актуальную тему.
68. Подготовьте сценарий передачи «Факт и комментарий» для радио, телевидения.
69. В чем разница между зарисовкой и очерком, сатирической заметкой и фельетоном,

- фельетоном и памфлетом?
70. Составьте прогноз развития жанров в современных СМИ?
  71. В чем разница между расследованием и исследованием в журналистике?
  72. Какие приемы и методы используются при проведении журналистского расследования?
  73. Что такое демонстрация?
  74. Какова связь между принципами и функциями журналистики?
  75. Каковы методы перевода потенциальной информации в реальную?
  76. В чем суть интерактивной журналистики?
  77. Какова роль социологических исследований в масс-медиа?
  78. Раскройте систему журналистского права в России.
  79. В чем причины информационных войн и борьбы компроматов?
  80. В чем разница между служебной и профессиональной этикой журналиста?
  81. Кто и в каких случаях может закрыть газету или приостановить ее выпуск?
  82. Что входит в формулу «Четыре пи»?
  83. К различным рекламным объявлениям придумать на скорость слоганы – в течение получаса. Обсудить в группе качество, определить победителя (1 слоган = 1 балл).
  84. Приведите примеры ненадлежащей рекламы.
  85. Чем политическая рекламная кампания отличается от коммерческой?
  86. Функции СО в СМИ.
  87. Приемы связи со СМИ: устные контакты, информационный пакет.
  88. Пресс-конференция. Брифинг.
  89. ПР во властных структурах.
  90. Пресс-службы в коммерческих структурах.
  91. Подготовьте пресс-релиз, используя оперативный или информационный повод.
  92. Журналист пишет о событии. А пиармен?
  93. Вуз заканчивают трое: журналист, рекламист, специалист по СО. Общее и особенно в выпускниках?
  94. Перечислите жанры информационного пакета ПР.
  95. Проанализируйте выпуск газеты с точки зрения шрифтового оформления (кегли, гарнитуры, начертание, насыщенность, емкость, достоинство и недостатки).
  96. Сделайте анализ верстки газеты.
  97. Сделайте анализ набора основного текста газета (абзацы, пробелы, переносы, ширина колонок, апрош, интерлиньяж, выключка строк, выделения в тексте и т.д.).
  98. В чем особенности цифровой печати?
  99. Что такое социожурналистика?
  100. В чем причины внутриредакционных конфликтов?

## **Рейтинг-контроль**

### **Рейтинг-контроль 1**

Ответить письменно на вопросы:

1. Можно ли назвать коммуникативной революцией изобретение письменности, изготовление печатного станка, внедрение электронных масс-медиа?
2. Раскройте понятия «общение», «коммуникация», «социальная коммуникация», «речевая деятельность»?
3. Каковы базовые составляющие социальной коммуникации?
4. Какие теории коммуникации и информации, разработанные отечественными и зарубежными учеными, сыграли наибольшую роль в формировании современной теории коммуникации?

### **Рейтинг-контроль 2**

1. Опрос терминологический «Жанры журналистского творчества»
2. Аналитическая работа «Жанровая характеристика номера газеты»
3. Аналитическая работа «Характеристика верстки номера газеты»

### **Рейтинг-контроль 3.**

1. Ответить письменно на вопросы:

2. В чем заключается коммуникативная функция информации?
  3. Что такое обратная связь с аудиторией?
  4. От чего зависит эффективность коммуникации?
  5. Что такое статусный барьер?
  6. Сходство и различия в организации коммуникации в различных сферах.
  7. Особенности организации коммуникации в условиях кризиса и социальных конфликтов.
  8. Особенности применения социологических методов в анализе процессов коммуникации.
2. Аналитическая работа «Обоснование роли СМИ в обществе как четвертой власти».

### **Примерные вопросы для экзамена**

1. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации.
2. Теория массового общества.
3. Теория гегемонии массовой коммуникации.
4. Типы, виды, функции, средства коммуникаций
5. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
6. Сущность и функции межличностной коммуникации.
7. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
8. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.
9. Сущность и функции массовой коммуникации.
10. Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях.
11. Аргументация в коммуникативном процессе.
12. Понятие социологической доминанты коммуникации.
13. Личность в системе коммуникации.
14. Типы коммуникативной личности.
15. Коммуникатор и социологические способы его изучения.
16. Знак как средство передачи информации.
17. Содержание и средства речевой коммуникации.
18. Семиотические особенности различных коммуникативных систем.
19. Информация как основной элемент коммуникативных систем.
20. Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем.
21. Получение, хранение, преобразование, передача и использование информации.
22. Средства массовой информации как главная коммуникативная сеть.
23. Понятие эффективности коммуникации.
24. Барьеры коммуникации и пути их преодоления.
25. Факторы повышения эффективности межличностной коммуникации.
26. Связи с общественностью (PR) как вид коммуникации.
27. Коммуникации в государственных и общественных структурах.
28. Причины возникновения журналистики.
29. Возникновение первых газет за рубежом.
30. Возникновение первых газет в России.
31. Развитие массовой прессы в России и за рубежом.
32. Причины монополизации прессы.
33. Общее и особенное в процессе монополизации прессы в России и за рубежом.
34. Российские империи СМИ.
35. Крупнейшие собственники СМИ за рубежом.
36. Понятие информационной инфраструктуры.
37. Основные характеристики информационной инфраструктуры.
38. Общее и особенное в формировании и развитии информационной инфраструктуры в различных странах.
39. Законодательное обеспечение свободы слова.
40. Сущность и содержание цензуры.
41. Причины глобализации информационных процессов.



42. Основные характеристики глобализационных процессов.
43. Понятие информационного общества.
44. Проблемы формирования и развития информационного общества в России.
45. Основные принципы российской информационной политики.
46. Социально-классовые и идеологические основания для выделения исторических типов журналистики.
47. Эпоха «персонального журнализма».
48. Феодално-монархическая, буржуазная, религиозно-клерикальная журналистика, журналистика социалистической и коммунистической ориентации.
49. Особенности развития журналистики в XX веке.
50. Появление и развитие электронных СМИ.
51. Характеристика и классификация современных российских СМИ.
52. Общая характеристика современных СМИ в зарубежных странах.
53. Дискуссии о сущности прессы, ее роли в обществе, отношении с государственными и другими структурами.
54. Гуманитарно-демократическое и марксистское течения в оценке роли прессы в обществе.
55. Основная характеристика современных концепций прессы.
56. Четыре теории прессы: общая характеристика.
57. Модели развивающихся стран и демократического участия.
58. Принципы классификации периодических изданий.
59. Особенности развития радио.
60. Эффект воздействия телевидения.
61. Роль Интернета в информационном процессе.
62. Информационные и рекламные агентства.
63. Агентства в сфере общественных связей.
64. Структура редакции.
65. Редактор и его функции.
66. Редакторская работа с журналистским материалом.
67. Источники информации: индивидуальные, коллективные, документальные.
68. Корреспондентская сеть: структура и основные функции.
69. Редакционные базы данных.
70. Рынок типографских услуг.
71. Стандарты качества информации.
72. Связи с общественностью в редакционной структуре.
73. Особенности маркетинга прессы. Распространение издания.
74. Оценка спроса и стимулирование сбыта.
75. Исследование рынка. Сегментирование. Позиционирование издания.
76. Маркетинг электронных СМИ.
77. Маркетинг СМИ и социология журналистики.
78. Государственные дотации СМИ. Кредитование.
79. Ценообразование, себестоимость.
80. Поиск оптимальной финансовой модели СМИ.
81. Типология творческой деятельности журналиста: редакторская, авторская.
82. Характер творческого процесса.
83. Процесс создания журналистского произведения.
84. Виды анализа и его роль при подготовке журналистского произведения.
85. Структура журналистского произведения.
86. Интернет и его использование журналистом.
87. Использование технических средств в процессе журналистской деятельности.
88. Общая характеристика журналистского произведения.
89. Типология текстов.
90. Жанровые разновидности журналистского текста: основы классификации.
91. Информационные жанры, их характеристика.
92. Аналитические жанры и их характеристика.
93. Характеристика художественно-публицистических жанров.
94. Понятие «журналистское расследование».
95. История журналистских расследований в России и за рубежом.
96. Особенности журналистского исследования-расследования.

97. Факты и версии. Конфликты и их анализ.
98. Методика написания текста.
99. Способы аргументации.
100. Приемы психологического воздействия на аудиторию.
101. Сущность и содержание результативности журналистики: действенность и эффективность.
102. Журналистика как фактор развития общественного сознания.
103. Анализ противоречий как метод журналистики.
104. Интерактивность журналистики и ее проблемы.
105. Редакция и аудитория. Цели СМИ и информационные предпочтения аудитории.
106. Законодательство в сфере журналистики.
107. Этика журналиста.
108. Понятие «компромата».
109. Проблема «скрытой рекламы».
110. Проблема факта и комментария.
111. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности.
112. Понятие и история рекламы.
113. Содержание и форма рекламного объявления в газете.
114. Реклама на телевидении и радио.
115. Организация рекламной деятельности.
116. Приемы связи со СМИ: устные контакты, информационный пакет.
117. Пресс-конференция. Брифинг.
118. PR во властных структурах.
119. Пресс-службы в коммерческих структурах.
120. Полиграфическая техника и полиграфические процессы.
121. Верстка и печать. Дизайн полиграфических изданий.
122. Основные технологические схемы выпуска газетно-журнальной продукции.
123. Фотография, техника фотосъемки.
124. Техника радио.
125. Эфирное телевидение. Кабельное телевидение. Спутниковое телевидение.
126. Компьютерная техника в производстве современной прессы, в работе редакций.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

а) основная литература\*:

1. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 252 с.: 60x90 1/16. -. (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006505-2 // [www/znaniium.com](http://www.znaniium.com)
2. Тертычный А.А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] : Учеб. Пособие для вузов / А. А. Тертычный. – 5-е изд., испр. И доп. – М. : Аспект Пресс, 2014. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707298.html>
3. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. – М. : Аспект Пресс, 2014. – (Серия «Современные

технологии PR. Мастер-класс»).» –

<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707151.html>

4. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. – М. : Аспект Пресс, 2014. – (Серия «Современные технологии PR. Мастер-класс»).» –

<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707496.html>

5. Гавра Д. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2011.-288 с. Код доступа: <http://knigi.link/kommunikatsii-teoriya/osnovyi-teorii-kommunikatsii-uchebnoe-posobie.html>

б) дополнительная литература\*:

1. Викулова Л. Г., Шарунов А. И. Основы теории коммуникации: практикум. М.: Восток-Запад, 2008. – 306 с. Код доступа: <http://edu.vspu.ru/doc/groups/252/884/GVRenie1.pdf>

2. Шпаковская С.В., Шпаковский В.О. Основы теории коммуникации. Электронный учебник. Код доступа:

[http://do.pnzgu.ru/depozit/uchebnik\\_Osnovy%20teorii%20kommunikatsii.pdf](http://do.pnzgu.ru/depozit/uchebnik_Osnovy%20teorii%20kommunikatsii.pdf)

4. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации. Учебник// СПб.: Изд. Михайлова В.А., 2006

в) периодические издания:

1. Журнал «Медиа-бизнес»

2. Журнал «Пресс-служба»

г) интернет-ресурсы:

ПР-портал Sovetnik [электронный ресурс]: <http://www.sovetnik.ru/>

*\*В списке литературы указать книги из фонда библиотеки ВлГУ*

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Аудитория 229-3, оснащенная мультимедийным оборудованием и выходом в интернет

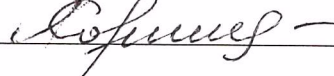
Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составил ст.преп. каф. ЖРСО Смыслова  
Л.В. 

Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филинов  
А.Н. 

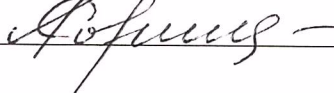
Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 25.08.16 года

Заведующий кафедрой  Говердовская-Привезенцева С.А.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1 от 25.08.16 года

Председатель комиссии  Говердовская-Привезенцева С.А.