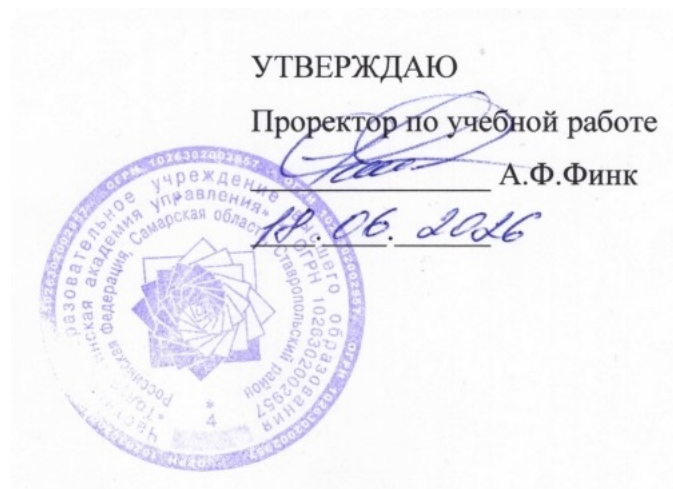


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Финк Анастасия Федоровна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 01.07.2026 16:13:18
Уникальный программный ключ:
2431bd5130e74d20a9fc74baab365dd497e3afa3

ЧОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

кафедра связей с общественностью



Б1.В.ДВ.03.02

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебная дисциплина	<i>Основы SMM-менеджмента</i>
По направлению подготовки	<i>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</i>
Профиль (программа бакалавриата)	<i>«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»</i>
Форма обучения	<i>Очная</i>

Программа дисциплины рассмотрена (актуализирована) и
утверждена на заседании кафедры связей с общественностью

№ 11 от «05» июня 2026 г

Заведующий кафедрой Шнякина Юлия Равильевна

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Рабочая программа дисциплины «Основы SMM-менеджмента» составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 №512 (с изменениями и дополнениями) и учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях».

Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕТ / 144 академических часа, в том числе: 24 часа контактной работы и 84 часа самостоятельной работы обучающихся.

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)

Вид учебной работы		Количество часов								
		Всего по учебному плану	Семестры							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Контактная работа (всего):		24						24		
в том числе:										
Лекции		8						8		
Практические занятия		12						12		
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4						4		
Самостоятельная работа (всего):		84						84		
Виды промежуточной аттестации		экзамен (36)						экзамен (36)		
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:	Часы:	144						144		
	Зач. ед.:	4						4		

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины является формирование у обучающихся знаний и навыков применения на практике возможностей сети Интернет при проведении рекламных и PR-кампаний, навыков реализации SMM-технологий.

В задачи дисциплины входит:

- изучение правил и норм создания текстов в сфере рекламы и связей с общественностью для социальных сетей в сети Интернет;
- изучение процессов стратегического планирования и творческой реализации коммуникационных программ при помощи SMO-продвижения;
- изучение основных направлений корректировки и контроля

коммуникационных программ в SMM-технологиях;

- освоение методик создания, редактирования и оптимизации текстов в сфере рекламы и связей с общественностью для социальных сетей в сети Интернет;
- приобретение навыков использования инструментов создания, редактирования и оптимизации контента в сфере рекламы и связей с общественностью для социальных сетей в сети Интернет.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

Учебная дисциплина «Основы SMM-менеджмента» относится к дисциплинам Блока

1. Дисциплины (модули) по выбору в части, формируемой участниками образовательных отношений.

Ее освоение базируется на знаниях, полученных во время изучения дисциплин «Технологии визуализации в рекламе и связях с общественностью», «Интернет-маркетинг», «Современная пресс-служба». Знания, умения и навыки, приобретенные в результате изучения прохождения преддипломной практики и профессионально-творческой практики, а также для написания выпускной квалификационной работы.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Результаты освоения образовательной программы (компетенции обучающихся) устанавливаются в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки и профессиональными стандартами, соответствующими профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований работодателей, предъявляемых к выпускникам. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки) обеспечивают достижение результатов освоения образовательной программы.

	Шифр и название компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Способен	применять профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций	Знать: использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и оффлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью.	- особенности создания текстов SMM - техники привлечения внимания аудитории к продвигаемому продукту - этапы проведения комплекса мероприятий SMM
		Уметь: создавать, публиковать, анализировать, редактировать и оптимизировать тексты в сети Интернет	- создавать, оформлять и наполнять страницы на площадках в социальных сетях;
		Владеть: инструментами создания, публикации, анализа, редактирования и оптимизации контента в сфере рекламы и связей с	- инструментами создания, публикации, анализа, редактирования и оптимизации контента в сфере рекламы и связей с

		общественностью в сети Интернет - методами контроля и оценки результатов хода программ при реализации SMM-технологий
ПК – 2 Способен реализовывать стратегию продвижения в интернете	ПК-2.1 Разрабатывает стратегию социального продвижения в интернете	Знать: - основные направления корректировки и контроля коммуникационных программ в SMM-технологиях Уметь: - организовывать процессы стратегического планирования и творческой реализации коммуникационных программ при помощи SMM-технологий - генерировать новые идеи для творческой реализации SMM-технологий Владеть: - методами выстраивания стратегически важных действий в процессе реализации SMM-технологий

5. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Семестр изучения: 6

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы					Промежу точная аттестация в часах	Форма текущего контроля	Формиру емые компетен ции
		Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа				
		лек ции	практи ческие занятия	КСР	в часах	формы организации самостоятельной работы			
	Тема 1. Понятие SMM-менеджмента	2	2	-	10	Повторение пройденного материала, выполнение тестов		Устный опрос Проверка тестового задания	ПК-1.2
	Тема 2. Функции и особенности социальных сетей	2	2	-	20	Повторение пройденного материала, подготовка к практической работе		Проверка практического задания	ПК-1.2
	Тема 3. Правила и нормы создания контента в SMM-менеджменте	2	2	-	20	Повторение пройденного материала, подготовка к практической работе		Проверка практического задания	ПК-1.2 ПК-2.1
	Тема 4. Методы SMM-менеджмента	2	2	-	10	Повторение пройденного материала, подготовка к семинару-дискуссии		Выступление с докладом на семинаре дискуссии	ПК-1.2
	Тема 5. Использование SMM-менеджмента компаниями разного размера	-	2	-	10	Повторение пройденного материала, подготовка к семинару-дискуссии		Выступление с докладом на семинаре дискуссии	ПК-1.2 ПК-2.1
	Тема 6. Особенности работы маркетолога по запуску SMM-кампании	-	2	-	14	Повторение пройденного материала, подготовка к семинару-дискуссии		Выступление с докладом на семинаре дискуссии	ПК-1.2 ПК-2.1

Форма промежуточной аттестации Экзамен	-	-	-	-	Подготовка к промежуточной аттестации	36		
Итого	8	12	4	84	-	36		
	144							

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Понятие SMM-менеджмента

Определение SMM-менеджмента. Цели и задачи SMM-менеджмента. Ключевое преимущество SMM-менеджмента. Алгоритм SMM. SMO, SEO и SMM: отличия и сходства. Ошибки SMM-менеджмента.

Тема 2. Функции и особенности социальных сетей

Назначение и структура социальных сетей. Функции социальных сетей. Отличительные особенности социальных сетей. История социальных сетей. Классификация социальных сетей. Рынок социальных сетей. Российские социальные сети. Зарубежные социальные сети. Пользователи соцсетей: их характеристики и мотивы. Безопасность и проблемы социальных сетей.

Тема 3. Правила и нормы создания контента в SMM-менеджменте

Цели создания контента. Изучение целевой аудитории. Мониторинг информационного потока. Правила цитирования. Процесс структурирования контента. Подходы к редактированию контента. Этичность контента.

Тема 4. Методы SMM-менеджмента

Метод построения сообществ бренда. Метод работы с блогосферой. Подходы к содействию продажам в социальных сетях.

Тема 5. Использование SMM-менеджмента компаниями разного размера

Особенности SMM-менеджмента в крупных организациях. Цели SMM-менеджмента малых и средних предприятий. SMM-менеджмент для предприятий B2B.

Тема 6. Особенности работы маркетолога по запуску SMM-кампании

Согласование целей SMM-кампании с глобальными бизнес-целями организации. Приемы обнаружения и нейтрализации сетевого негатива. Особенности продвижения в соцсетях. Формирование стратегии продвижения в соцсетях. Стадии запуска SMM-кампании. Определение эффективности проведения SMM-кампании.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

В рамках данной учебной дисциплины обучающиеся выполняют самостоятельную внеаудиторную работу в виде повторения пройденного материала по всем темам, изучения дополнительного теоретического материала по темам, подготовки докладов по темам, выполнения дополнительных практических заданий по темам, подготовки к проверочным тестам и промежуточной аттестации.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении данной дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Тема занятия	Вид образовательной технологии	Форма проведения занятия
Тема 1. Понятие SMM-менеджмента	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Лекция-визуализация</i>
Тема 2. Функции и особенности социальных сетей	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое занятие</i>
	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Лекция-визуализация</i>
Тема 3. Правила и нормы создания контента в SMM- менеджменте	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое занятие</i>
	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Лекция-визуализация</i>
Тема 4. Методы SMM-менеджмента	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Лекция-визуализация</i>
		<i>Семинар-дискуссия</i>
Тема 5. Использование SMM-менеджмента компаниями разного размера	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Семинар-дискуссия</i>
Тема 6. Особенности работы маркетолога по запуску SMM-кампании	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Семинар-дискуссия</i>

9. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

9.1. Формы контроля по дисциплине

Текущий контроль. В процессе изучения учебной дисциплины обучающиеся участвуют в устных теоретических опросах, выполняют практические и индивидуальные задания, тесты, участвуют в коллективных разработках, выступают с докладами. Результаты данных видов работ являются основанием для выставления оценок текущего контроля по данной учебной дисциплине. Выполнение всех работ и тестов является обязательным для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все практические задания и тесты, не сделавшие хотя бы одного публичного доклада и не участвующие хотя бы в одной коллективной разработке не допускаются к сдаче экзамена по данной учебной дисциплине.

Промежуточная аттестация. Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины и достижения запланированных результатов обучения учебным планом предусмотрен экзамен по окончании семестра обучения в форме устного ответа на теоретический вопрос и выполнения практического задания.

9.2. Оценочные материалы (оценочные средства) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине представлены в фондах оценочных средств.

Промежуточная аттестация.

Список вопросов для подготовки к экзамену

1. Роль информационных технологий в глобальной экономике
2. Определение SMM-менеджмента
3. Цели и задачи SMM-менеджмента
4. Ключевое преимущество SMM-менеджмента
5. Алгоритм SMM. SMO, SEO и SMM: отличия и сходства
6. Ошибки SMM-менеджмента
7. Назначение и структура социальных сетей
8. Функции социальных сетей
9. Отличительные особенности социальных сетей
10. История социальных сетей
11. Классификация социальных сетей
12. Рынок социальных сетей
13. Российские социальные сети
14. Зарубежные социальные сети
15. Пользователи соцсетей: их характеристики и мотивы.
16. Безопасность и проблемы социальных сетей
17. Цели создания контента
18. Изучение целевой аудитории
19. Мониторинг информационного потока
20. Правила цитирования
21. Процесс структурирования контента
22. Подходы к редактированию контента
23. Этичность контента
24. Метод построения сообществ бренда
25. Метод работы с блогосферой
26. Подходы к содействию продажам в социальных сетях
27. Особенности SMM-менеджмента в крупных организациях
28. Цели SMM-менеджмента малых предприятий
29. Цели SMM-менеджмента средних предприятий
30. Выбор социальных сетей для бизнеса.
31. SMM-менеджмент для предприятий B2B
32. Согласование целей SMM-кампании с глобальными бизнес-целями организации
33. Приемы обнаружения и нейтрализации сетевого негатива
34. Особенности продвижения в соцсетях

35. Формирование стратегии продвижения в соцсетях
36. Стадии запуска SMM-кампании
37. Определение эффективности проведения SMM-кампании
38. Способы поддержания активности аудитории.
39. Взаимодействие социальных сетей с сайтом организации.
40. Тренды в SMM продвижении.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

10. РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Для проведения занятий лекционного типа по данной дисциплине используются аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью.

Для проведения занятий семинарского типа (практических занятий) по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для самостоятельной работы обучающихся используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Для проведения контроля самостоятельной работы по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук).

10.1 Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

№ п/п	Наименование	Тип ресурса
1	Microsoft Windows	Лицензионное соглашение Microsoft - Open Value Subscription для решений Education Solutions №V8265046 Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» № /131 от 10.07.2020. Срок действия договора - бессрочный
2	Microsoft Office	
3	Microsoft Office Visio	
4	СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая	ЛД ООО "Консультант" дог. № 251 от 01.01.2024 с с ДС № 5, 6. Срок действия договора - бессрочный

	система отечественного производства	
5	Антивирус Касперского 10 для Windows Workstations (Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 2 year Educational Renewal License)	Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» №Tr000947217 от 04.12.2025 срок действия 10.02.2026 - 11.02.2028. Тип лицензии - проприетарная

10.2. Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

1. СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства в свободном доступе в интернет;
2. 7-Zip – архиватор;
3. Google Chrome - бесплатный веб-браузер;
4. Сервисы Google – облачные сервисы.

В соответствии с Положением о создании специальных условий для инвалидов и лиц с ОВЗ информационно-технологическая база образовательного процесса предусматривает использование материально-технических средств с учетом различных нозологий инвалидов и лиц с ОВЗ.

11. ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип	Количество в библиотеке
1.	Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. - 2-е изд. - Вологда : Инфра-Инженерия, 2025. - 245 с. - ISBN 978-5-9729-2608-4. - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=470203	учебное пособие	ЭБС
2.	Маркетинг : создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И. И. Скоробогатых, Р. Р. Сидорчука, С. Н. Андреева. - Москва : Инфра-М, 2025. - 588 с. - ISBN 978-5-16-107289-9 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=463713	учебник	ЭБС

11.2. Дополнительная литература

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики : учебник и практикум. Часть 2. SMM, рынок M&A / В. Л. Музыкант. - Москва : Юрайт, 2019. - 384 с. - ISBN 978-5-534-09875-4 (ч.2). - Текст : непосредственный.

2. Смолина, В. А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях : практ. пособие / В. А. Смолина. - 2-е изд. - Москва; Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. - 223 с. - ISBN 978-5-9729-2027-3. - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=452951>
3. Кеннеди, Д. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум / Д. Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 343 с. - ISBN 978-5-9614-6179-4. - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=473313>

Периодические издания:

1. Менеджмент в России и за рубежом: журнал. - УБД ИВИС. - URL: <https://eivis.ru/browse/publication/18786>.
2. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика : научный журнал. – УБД ИВИС. – URL: <https://eivis.ru/browse/publication/9346>

11.3. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные библиотечные системы:

1. Znanium: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.ru>.
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека. – URL: <https://elibrary.ru/>.
3. Цифровая библиотека IPRsmart. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/>.
4. Консультант плюс: справочно-правовая система. – URL: T:\consultantplus\cons.exe.
5. УБД ИВИС. – URL : <https://eivis.ru/basic/details>.
6. Электронная библиотека ТАУ. – URL: <http://83.234.207.58/MarcWeb2/Default.asp>.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение обучающимся дисциплины предполагает посещение лекций и практических занятий, участие в устных теоретических опросах, выполнение практических и индивидуальных заданий, тестов, участие в коллективных разработках, выступление с докладами. При подготовке к лекции и для выполнения самостоятельной работы обучающемуся необходимо прочитать материал предыдущей лекции, стремясь к пониманию всех понятий и утверждений. По дисциплине проводятся следующие виды лекций: лекция-презентация – лекция информационного характера, предполагающая объяснения преподавателя с иллюстративным изложением материала; лекция с элементами обратной связи – лекция, на которой преподаватель производит изложение учебного материала, используя краткие ответы на вопросы, как правило, в начале лекции или в начале какого-либо раздела лекции, и групповое обсуждение отдельных

«проблемных» мест, что предполагает подготовку и самостоятельное изучение обучающимися теоретического материала по заявленной преподавателем теме; интерактивная лекция – лекция, на которой изучаемый материал представляют обучающиеся в виде докладов-эссе по заранее выданным темам.

При работе над докладами- обучающемуся следует самостоятельно проводить анализ поставленной проблемы с использованием аналитического инструментария, строить логические выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Объем доклада-эссе не должен превышать 3-4 страниц печатного текста. Результаты запланированных в дисциплине докладов-эссе должны быть оформлены в соответствии с требованиями Академии к оформлению текстовых документов. Выступление с докладом и устные ответы на вопросы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении экзамена.

Освоение дисциплины предполагает выполнение практических заданий (практики) во время контактной работы с преподавателем либо в часы самостоятельной работы. Все практические задания дисциплины базируются на использовании результатов реальных

статистических отчетов, предоставляемых преподавателями во время занятий и размещенных в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Выполненные практические работы сдаются на проверку преподавателю одним из следующих способов: сохранение в электронной информационно-образовательной среде, отправка преподавателю на почтовый ящик. При отправке преподавателю выполненной работы по почте обучающемуся следует обеспечить личную идентификацию. Как правило, в теме или тексте письма указывается курс, ФИО обучающегося, дисциплина, тема, по которой выполнена работы. Отдельные практические работы могут быть проверены преподавателем непосредственно в аудитории. Результаты проверки выполненных работ доводятся до сведения обучающегося во-время аудиторных занятий, в часы КСР, размещаются в электронной информационно-образовательной среде.

Для закрепления приобретенных знаний, умений и навыков, для развития способностей к самообучению в дисциплине предусмотрена самостоятельная работа. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Для успешного выполнения самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется заранее ознакомиться с перечнем заданий и графиком ее выполнения. Подготовка к лекциям и практическим занятиям с последующим участием в устном опросе предполагает: систематическое чтение конспектов лекций, учебников и источников дополнительной литературы; работу со справочниками и нормативными документами; аналитическую обработку, составление таблиц и схем для систематизации изученного материала; ответы на контрольные вопросы и составление плана и/или тезисов ответов; решение тренировочных задач. Подготовка к тестированию предполагает: чтение конспекта лекций, учебников и источников дополнительной литературы для поиска ответов на примерные вопросы теста; составление плана и/или тезисов ответов.

Для выполнения практических заданий самостоятельной работы по данной дисциплине в домашних условиях (за пределами Академии) обучающемуся необходим персональный компьютер (планшет) и программный пакет Microsoft Office не ниже 10 версии. Самостоятельная работа сопровождается методическими указаниями, размещенными в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Методические указания содержат формулировку задания, примерную технологию выполнения, формат сдачи выполненной работы. Преподаватель во время аудиторных занятий заранее обсуждает с обучающимися задание самостоятельной работы и порядок ее сдачи. Консультации по выполнению

самостоятельных работ, обсуждение отметок и допущенных ошибок, защита отдельных видов самостоятельных работ осуществляется во время КСР на кафедре связей с общественностью или в аудитории по расписанию. Консультации преподавателя по выполнению самостоятельной работы могут осуществляться посредством асинхронного (почта, ЭИОС) и синхронного (zoom, сети) коммуникационного взаимодействия по предварительной договоренности с преподавателем. Выполняемые самостоятельные работы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении экзамена.

Формой промежуточного контроля выступает экзамен. Экзамен выставляется по результатам текущего контроля, которые озвучиваются на последнем очном занятии. Критерии выставления оценки озвучиваются преподавателем на первых занятиях по дисциплине.

11. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Разработчик:

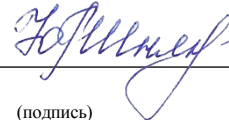
Шнякина Ю.Р., к.э.н , доцент



(подпись)

Заведующий кафедрой:

Шнякина Ю.Р., к.э.н , доцент



(подпись)

Заведующий выпускающей кафедры:

Шнякина Ю.Р., к.э.н , доцент



Директор БИК

Балакина О.В



(подпись)

Начальник ООУП

Фирсова С.В.



(подпись)