

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.

\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

**Программа дисциплины**  
Семиотика рекламы Б1.В.ДВ.10

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Фатыхова Д.Р.

**Рецензент(ы):**

Морозова Г.В.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No 941876017

Казань  
2017

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Фатыхова Д.Р. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, DiRFatyhova@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины "Семиотика рекламы" является расширение знаний студентов о рекламе как знаковом, социальном и эстетическом феномене. В результате изучения курса по предлагаемой программе студенты должны усвоить теоретико-методологические представления о сущности рекламы как знаковой системы; овладеть основным исследовательским инструментарием, который используется в процессе выработки рекламных стратегий; применять семиотические и эстетические возможности рекламы и ее воздействия на сознание и подсознание потребителей.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.10 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Учебная дисциплина "Семиотика рекламы" включена в раздел "Б3.Б.10 Цикл профессиональных дисциплин". Осваивается на 3, 4 курсах (6, 7 семестры).

Обучение по предлагаемой программе ведется с учетом предварительного овладения студентами материалами курсов психологии, философии, риторики, культурологии, социологии, творческое проектирование в рекламе и связях с общественностью, основы менеджмента, маркетинг, соответствующих образовательному стандарту Российской Федерации. В свою очередь, учебный материал и навыки, освоенные в процессе успешной работы по данной программе, могут быть использованы при изучении других общих и специальных курсов, связанных с подготовкой специалистов в области рекламы и PR.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-4	способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность
ок-7	умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков
пк-16	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ПК-8 (профессиональные компетенции)	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основополагающие понятия, термины и категории семиотики;
- основные технологии составления рекламных текстов с учетом их знаковой структуры;

2. должен уметь:

- осуществлять семиотический анализ рекламного сообщения;
- проводить комплексный анализ рекламного сообщения;
- составлять рекламное сообщение с учетом семиотических и эстетических возможностей рекламы.

3. должен владеть:

навыками составления наиболее эффективного рекламного текста, используя знания о семиотическом построении текста;  
 категориальным аппаратом семиотики;  
 умением самостоятельно анализировать тот или иной тип рекламного сообщения.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

**4. Структура и содержание дисциплины/ модуля**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

**4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю**

**Тематический план дисциплины/модуля**

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Основные понятия о семиотике и ее составляющих	7		4	4	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Интерпретация семиотического текста	7		4	4	0	Устный опрос Творческое задание
3.	Тема 3. Структура знаков и их общая классификация	7		4	2	0	Устный опрос Реферат
4.	Тема 4. Сущность и свойства знаковых систем	7		4	4	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Измерения семиотического текста	7		4	4	0	Устный опрос
6.	Тема 6. Семиотический анализ рекламного сообщения	7		2	4	0	Устный опрос
7.	Тема 7. Комплексный анализ рекламного сообщения	7		2	4	0	Тестирование
8.	Тема 8. Метафора и рекламный текст	7		4	4	0	Творческое задание Контрольная работа
9.	Тема 9. Реклама как креолизованный текст	7		4	4	0	Устный опрос
10.	Тема 10. Логотип как вид креолизованного текста	7		4	2	0	Устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Зачет
	Итого			36	36	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### Тема 1. Основные понятия о семиотике и ее составляющих

###### *лекционное занятие (4 часа(ов)):*

Определение семиотики. Объект и предмет изучения данной дисциплины. Знаковая функция рекламы. Семиотическое понятие текста. Типы текстом. Понятие семиосферы.

###### *практическое занятие (4 часа(ов)):*

Вопросы: 1. В чем заключается понятие и предмет семиотики? 2. Что такое ?текст? как семиотическое явление? Каковы его отличительные признаки (по Э. Бенвенисту)? 3. Что такое знак в семиотике? Дать общее представление о знаке. 4. Что называется первичными и вторичными моделирующими системами?

##### Тема 2. Интерпретация семиотического текста

###### *лекционное занятие (4 часа(ов)):*

Коммуникативные фазы. Уровни восприятия текста. Интерпретация текста. Категории "буквальное значение", "очевидные смысл", "границы понимания".

###### *практическое занятие (4 часа(ов)):*

Вопросы: 1. Что называется интерпретацией текста? В чем ее сущность? В чем отличие интерпретации от понимания? 2. Что стоит за понятиями ?буквальное значение? и ?очевидный смысл??

### **Тема 3. Структура знаков и их общая классификация**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Определение и характеристика знака. Характеристики знака по Ч. Пирсу. Три важнейших аспекта знака.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Вопросы: 1. Что называется знаком? Дайте определение и характеристики знака. 2. Каковы три важных аспекта любого знака? 3. Охарактеризуйте свойства знака, приведите примеры.

### **Тема 4. Сущность и свойства знаковых систем**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Три базовые для семиотики типа знаковых. Понятие денотата, формы и значения. Классификации знаков. Иллюстрации из рекламы на каждый из типов знаков.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Вопросы: 1. Что называется денотатом, формой и значением? Объясните связь и взаимоотношение этих семиотических понятий. 2. Дайте классификацию знаков (по Ч. Пирсу), определите отличие типов знаков друг от друга. 3. Приведите и объясните схемы на каждый тип знаков.

### **Тема 5. Измерения семиотического текста**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Три основных аспекта изучения языка по Ф. де Соссюру: семантика, синтактика, прагматика. Языковая и изобразительные семиотические сист

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Вопросы: 1. Что понимается под синтаксическим измерением семиотического текста? 2. В чем сущность семантики текста? 3. Охарактеризуйте прагматическую сторону любого семиотического текста.

### **Тема 6. Семиотический анализ рекламного сообщения**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Общая модель теории коммуникации. Репрезентативная и эмоциональная стороны информации. Понятие кода. Вербальное сообщение и иконическое сообщением без кода.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Задание: подготовить презентацию на тему : "Примеры семиотического анализа рекламного сообщения"

### **Тема 7. Комплексный анализ рекламного сообщения**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Денотация и анализ рекламного текста. Понятие коннотации и рекламное сообщение. Три группы рекламного визуального образа.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Вопросы: 1. Какова общая модель теории коммуникации? 2. Опишите действие эстетической коммуникационной системы. 3. В чем выражается репрезентативная и эмоциональная стороны информации?

### **Тема 8. Метафора и рекламный текст**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Категория метафоры. Понятие "креолизированный текст". Креолизованность как способ повышение эффективности рекламного сообщения. Применение метафор в социально-психологической сфере.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Вопросы: 1. Что называется метафорой? 2. Каким образом используется метафора в рекламе? 3. Опишите способы применения языковой игры в рекламе. 4. Какова роль графических составляющих в рекламном тексте?

**Тема 9. Реклама как креолизованный текст****лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Понятие "креолизованного текста", "креолизации", "креолизованного языка". Виды креолизованного текста. Реклама как креолизованный текст. Структура рекламного текста. Виды рекламы как креолизованного текста.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

Вопросы: 1.Понятие "креолизованного текста", "креолизации", "креолизованного языка". 2.Виды креолизованного текста.

**Тема 10. Логотип как вид креолизованного текста****лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Логотип (товарный знак) как вид креолизованной лексемы. Виды логотипа: словесный знак, изобразительный знак и комбинированный знак. Модели соединения вербального текста и изображений в логотипе.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Вопросы: 1.Логотип (товарный знак) как вид креолизованной лексемы. 2.Виды логотипа: словесный знак, изобразительный знак и комбинированный знак. 3.Модели соединения вербального текста и изображений в логотипе.

**4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Основные понятия о семиотике и ее составляющих	7		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
2.	Тема 2. Интерпретация семиотического текста	7		подготовка к творческому заданию	6	творческое задание
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
3.	Тема 3. Структура знаков и их общая классификация	7		подготовка к реферату	8	реферат
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
4.	Тема 4. Сущность и свойства знаковых систем	7		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
5.	Тема 5. Измерения семиотического текста	7		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
6.	Тема 6. Семиотический анализ рекламного сообщения	7		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
7.	Тема 7. Комплексный анализ рекламного сообщения	7		подготовка к тестированию	5	тестирование

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
8.	Тема 8. Метафора и рекламный текст	7		подготовка к контрольной работе	2	контрольная работа
				подготовка к творческому заданию	2	творческое задание
9.	Тема 9. Реклама как креолизованный текст	7		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
10.	Тема 10. Логотип как вид креолизованного текста	7		подготовка к устному опросу	5	устный опрос
	Итого				72	

### 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Основными формами работы студентов являются семинарские занятия, организованные в различных форматах обучения. Виды контроля: текущий (устный опрос, тестирование, презентация, дискуссии, написание эссе, рефератов). Итоговый (в форме зачета).

### 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

#### Тема 1. Основные понятия о семиотике и ее составляющих

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. В чем заключается понятие и предмет семиотики? 2. Что такое "текст" как семиотическое явление? Каковы его отличительные признаки (по Э. Бенвенисту)? 3. Что такое знак в семиотике? Дать общее представление о знаке. 4. Что называется первичными и вторичными моделирующими системами?

#### Тема 2. Интерпретация семиотического текста

творческое задание , примерные вопросы:

Студентам необходимо проинтерпретировать рекламный текст предложенный преподавателем, используя следующие понятия: ?буквальное значение?, ?множественность смыслов?, ?очевидный смысл?.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Что называется интерпретацией текста? В чем ее сущность? В чем отличие интерпретации от понимания? 2. Что стоит за понятиями "буквальное значение" и "очевидный смысл"? 3. Проинтерпретируйте какой-либо рекламный текст, используя понятия "буквальное значение", "множественность смыслов", "грань понимания".

#### Тема 3. Структура знаков и их общая классификация

реферат , примерные темы:

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ 1. Знак и символ в семиотике 2. Семиотика. Знак и теория знаков. 3. Семиотика и семантика

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Что называется знаком? Дайте определение и характеристики знака. 2. Каковы три важных аспекта любого знака? 3. Охарактеризуйте свойства знака, приведите примеры.

#### Тема 4. Сущность и свойства знаковых систем

устный опрос , примерные вопросы:



Вопросы: 1. Что называется денотатом, формой и значением? Объясните связь и взаимоотношение этих семиотических понятий. 2. Дайте классификацию знаков (по Ч. Пирсу), определите отличие типов знаков друг от друга. 3. Приведите и объясните схемы на каждый тип знаков.

### **Тема 5. Измерения семиотического текста**

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Что понимается под синтаксическим измерением семиотического текста? 2. В чем сущность семантики текста? 3. Охарактеризуйте прагматическую сторону любого семиотического текста.

### **Тема 6. Семиотический анализ рекламного сообщения**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Дайте определение вербального сообщения без кода? 2. Что понимается под кодом? 3. В чем заключается операция декодирования (раскодирования)? 4. Дайте определение небуквальному иконическому сообщению?

### **Тема 7. Комплексный анализ рекламного сообщения**

тестирование , примерные вопросы:

Вопросы теста: 1. Задачей семиотики является изучение: а) связи языка и мышления; б) знака и знаковых систем; в) культурных феноменов; г) проблем естественного языка. 2. Кто из приведенных ниже ученых является основоположником семиотики? а) Э. Бенвенист; б) Ч. Моррис; в) Ч. Пирс; г) Ф. де Соссюр. 3. Текст в семиотике это: а) линейная последовательность вербальных знаков; б) плоскостное изображение; в) объемное изображение; г) совокупность любых взаимосвязанных знаков. 4. Первичным языком в семиотике является: а) естественный язык; б) язык животных; в) язык искусства; г) язык музыки. 5. Особая роль естественного языка в семиотике состоит в: а) его простоте; б) его роли как универсального средства общения; в) его функциональности; г) его красоте. 6. Интерпретацией называется: а) различные индивидуальные психологические установки субъекта, иначе говоря, определенная настроенность человека на тот или иной тип восприятия; б) сложный многоступенчатый акт, включающий в себя как бессознательные, интуитивные, так и осознанные мыслительные операции; в) работа мышления, которая состоит в расшифровке смысла, стоящего за очевидным смыслом, в раскрытии уровней значения, заключенных в буквальном значении; г) структура ограничений. 7. Задача интерпретации состоит в: а) точной передаче содержания произведения; б) вербальной записи произведения, находящегося в других языковых формах; в) придумывании своего смысла, отсутствующего непосредственно в тексте; г) извлечении из текста максимума заложенных в него смыслов или сведение множества вариантов к некоему общему, единому смыслу. 8. Денотатом знака является: а) типичный образ ? представитель класса предметов, воплощенный в знаке; б) внешняя оболочка знака; в) значение знака; г) конкретный образ. 9. Знаки-изображения называются: а) символическими знаками; б) индексальными знаками; в) иконическими знаками; г) знаками - признаками. 10. Знак в семиотике определяется как: а) материальный факт, повторяющий другой материальный факт; б) действительность, отражающая другую действительность; в) действительность, преломляющая другую действительность; г) двусторонний материальный факт, замещающий что-либо и используемый для восприятия, хранения, передачи и преобразования информации.

### **Тема 8. Метафора и рекламный текст**

контрольная работа , примерные вопросы:

Вопросы контрольной работы: 1. Что называется метафорой? 2. Каким образом используется метафора в рекламе? 3. Опишите способы применения языковой игры в рекламе. 4. Какова роль графических составляющих в рекламном тексте?

творческое задание , примерные вопросы:

Задание: Составьте свои рекламные сообщения, используя приведенные ниже общекультурные символы. Постарайтесь совместить в рекламных символах их традиционные и новые смыслы.

### **Тема 9. Реклама как креолизованный текст**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Дайте определение понятию «креолизованный текст»? 2. Как сосуществуют и взаимодействуют друг с другом компоненты креолизованного текста? 3. Каким образом креолизованность способствует эффективности рекламного сообщения?

### **Тема 10. Логотип как вид креолизованного текста**

устный опрос, примерные вопросы:

1. Что подразумевается под логотипом? 2. Как сосуществуют и взаимодействуют друг с другом компоненты креолизованного текста в логотипе? 3. Назовите основные модели соединения вербального текста и изображений в логотипе?

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

1. Семиотика как наука о знаках и знаковых системах. Основные понятия семиотики.
2. Понятие "текста" в семиотике.
3. Знаки, их сущность и свойства.
4. Структура знака.
5. Классификация знаков по Ч. Пирсу: иконы, индексы, символы.
6. Классификация знаковых систем в зависимости от материальной природы плана
7. Измерения семиотического текста: семантика, синтактика, прагматика.
8. Уровни восприятия семиотического текста и его интерпретация.
9. Коммуникативные отношения в системе "рекламный эстетический объект - реципиент".
10. Семиотический анализ рекламного сообщения
11. Комплексный анализ рекламного сообщения.
12. Понятие креолизованного текста.
13. Виды рекламы как креолизованного текста.
14. Метафора в рекламе.
15. Виды метафоры.

### **7.1. Основная литература:**

1. Осипова Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере [Электронный ресурс] /Е.А.Осипова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 156 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=523512>
2. Мандель Б. Р. Психология рекламы: история, проблематика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. Р. Мандель. - М.: ФЛИНТА, 2013. - 272 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=466157>
3. Кузнецов П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. ? М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2014. ? 296 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511984>

### **7.2. Дополнительная литература:**

1. Дмитриева Л. М. Философия рекламной деятельности: Учебное пособие [Электронный ресурс] / Л.М.Дмитриева, Д.К.Красноярова, Н.А.Анашкина; Омский государственный технический университет. - М.:Магистр:НИЦ ИНФРА-М,2013 -256с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=418039>
- 2.Кузнецов П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. ? М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2015. ? 260 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513046>

3.2. Бузни Е. Н. История связей с общественностью: Учебное пособие [Электронный ресурс] / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406724>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

<http://chernykh.net> - <http://chernykh.net/content/view/149/>

<http://ec-dejavu.ru> - <http://ec-dejavu.ru/s/Semiotics.htm>

<http://nebovoblakah.narod.ru/> - <http://nebovoblakah.narod.ru/Semiot.html>

<http://www.culturalnet.ru> - <http://www.culturalnet.ru/main/getfile/1813>

<http://www.ffsn.bsu.by> - <http://www.ffsn.bsu.by/infocom/furs/semiotics/lectures.html>

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Семиотика рекламы" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля): мультимедийный класс, включающий в себя компьютер в комплекте, подключенный к сети интернет, проектор, проекционный экран

Компьютерный класс, включающий в себя необходимое количество компьютеров в комплекте, подключенных к сети интернет, в расчете на 1 студенческую группу, и обеспечивающий возможность во время практического занятия проводить мониторинг в специализированных справочных правовых системах мониторинг федерального и регионального законодательства.

Компьютерный класс, включающий в себя необходимое количество компьютеров в комплекте, подключенных к сети интернет, в расчете на 1 студенческую группу, и обеспечивающий возможность проведения текущего контроля знаний учащихся посредством онлайн системы тестирования.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере .

Автор(ы):

Фатыхова Д.Р. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.