

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 28.09.2022 11:40:10  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования РФ  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

**УТВЕРЖДАЮ:**  
Руководитель ООП  
Е.Н. Брызгалова  
«01» сентября 2022 г.



Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

## Современные зарубежные СМИ

Направление подготовки  
**42.03.02 Журналистика**

Профиль подготовки  
Периодические издания и мультимедийная журналистика

Для студентов 4 курса очной формы обучения  
Составитель: *д. филол. н., проф. Антонов-Овсенко А.А.*



Тверь, 2022

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины «СОВРЕМЕННЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ СМИ» является формирование научного и профессионального представления о закономерностях и тенденциях развития современных зарубежных СМИ, знания основных научно-исследовательских концепций современных зарубежных СМИ и современных теорий публичных отношений за рубежом

**При изучении ставятся следующие задачи:**

- сформировать у студентов представление о современном состоянии и тенденциях развития зарубежных СМИ, о профессии журналиста в различных зарубежных странах,
- дать возможность применять в дальнейшей профессиональной деятельности опыт зарубежных СМИ.
- познакомить с основополагающими теоретическими трудами зарубежных исследователей, ведущими газетами, журналами, мировыми информационными агентствами, теле- и радиовещательными компаниями
- познакомить с новыми теориями публичных отношений за рубежом.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Учебная дисциплина «Современные зарубежные СМИ» входит в состав части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений (Элективные дисциплины). Дисциплина содержательно соотносится с дисциплинами «Основы теории коммуникации», «Политическая журналистика», «Рекреативная журналистика», «Деловая журналистика» и является необходимой базой для написания ВКР.

**3. Объем дисциплины:** 4 зачетных единиц, 144 академических часа, в том числе:  
**контактная аудиторная работа:** лекции 17 часов, практические занятия 17 часов;  
**контактная внеаудиторная работа:** самостоятельная работа: 110 часов.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

<i>Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине</i>
ПК-2 Способен контролировать соответствие журналистского текста / продукта языковым нормам, профессиональным стандартам, форматам, стилям, технологически м требованиям разных типов СМИ и других медиа.	ПК-2.1. Создает проблемно-аналитические материалы в разных жанрах; ясно излагает и аргументирует собственную точку зрения; ведет диалог или полемику; ПК-2.2. Контролирует художественный и визуальный формат проекта СМИ в процессе монтажа ПК-2.5 Анализирует темы и их аспекты, учитывая общественные и производственные цели отечественных и зарубежных медиаканалов и СМИ.

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения:** зачет, 7 семестр.

**6. Язык преподавания:** русский.

**II. Содержание дисциплины (или модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практ. / Лаб. занятия	
Введение в проблематику. Основные тенденции развития современных зарубежных СМИ	8	2		6
Масс-медиа. Германии и Скандинавских стран	8	1	1	6
Масс-медиа США	13	1	2	10
Масс-медиа Франции, Италии и Испании	13	1	2	10
Масс-медиа Великобритании.	13	1	2	10
Масс-медиа арабских стран и стран Востока.	4			4
Зарубежные теории журналистики.	9	1	2	6
Журналистика и политика.	12	1	1	10
Медиарынок. Медиапланирование. Реклама в СМИ	11	1	2	8
Основные направления практической журналистики за рубежом.	12	1	1	10
Газетная и журнальная индустрия. Фотожурналистика.	14	2	2	10
Зарубежные мировые информационные агентства: Блумберг, Рейтер, Ассошиэтид Пресс.	8	2		6
Регулирование прессы. Правовые и этические проблемы. Журналистское сообщество. Виды журналистов. Журналистское образование	9	2	1	6
Проблемы прав человека в мировых масс-медиа.	10	1	1	8
<b>ИТОГО</b>	<b>144</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>110</b>

**III. Образовательные технологии**

Учебная программа – наименование разделов и тем (в строгом соответствии с разделом II РПД)	Вид занятия	Образовательные технологии
Введение в проблематику. Основные тенденции развития современных зарубежных СМИ	Лекция,	Проблемная лекция
Масс-медиа. Германии и Скандинавских стран	Лекция, Практическое занятие	Традиционная лекция Фасилитированная дискуссия
Масс-медиа США	Лекция, Практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
Масс-медиа Франции, Италии и Испании	Лекция, Практическое занятие	Игровые технологии (деловая игра) Метод развивающей кооперации
Масс-медиа Великобритании	Лекция, Практическое занятие	Проблемная лекция
Масс-медиа арабских стран и стран Востока	Самостоятельная работа	Информационные технологии (создание презентации)
Зарубежные теории журналистики	Лекция, Практическое занятие	Тренинг Метод case-study
Журналистика и политика	Лекция, Практическое занятие	Проблемная лекция Аквариумная дискуссия
Медиарынок. Медиапланирование. Реклама в СМИ	Лекция, Практическое занятие	Тренинг Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
Основные направления практической журналистики за рубежом.	Лекция, Практическое занятие	Традиционная лекция Фасилитированная дискуссия
Газетная и журнальная индустрия. Фотожурналистика	Лекция, Практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
Зарубежные мировые информационные агентства: Блумберг, Рейтер, Ассошиэтид Пресс.	Лекция	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации)
Регулирование прессы. Правовые и этические проблемы. Журналистское сообщество. Виды журналистов. Журналистское образование	Лекция, Практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации) Тренинг

Проблема прав человека в мировых медиа	Лекция, Практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации) Тренинг
--	---------------------------------	---

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины используются следующие традиционные и инновационные методы обучения:

1. **Информационно-развивающие технологии.** Изучение теоретического материала на лекциях с использованием компьютерных технологий. Самостоятельное изучение специальной учебной и научной литературы, включая электронные средства информации.
2. **Развивающие проблемно-ориентированные технологии.** Работа на практических занятиях с активизацией мыслительной активности, способности видеть проблему и выбирать способы ее разрешения (общая дискуссия, работа в команде и индивидуальная деятельность).
3. **Личностно-ориентированные технологии обучения.** Учет уровня способностей обучаемых и создание условий для развития индивидуальных способностей. Это достигается путем подбора индивидуальных заданий и общения преподавателя со студентами в форме индивидуальных консультаций.

Для эффективного формирования запланированных компетенций студентов используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации образовательной деятельности: традиционная лекция, проблемная лекция, разные виды дискуссий, активизация творческой деятельности, подготовка письменных аналитических работ (реферат), тестирование.

#### IV. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (или модулю)

##### 1. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции ПК-2

Способен контролировать соответствие журналистского текста / продукта языковым нормам, профессиональным стандартам, форматам, стилям, технологически м требованиям разных типов СМИ и других медиа.

Этап формирования компетенции, в котором участвует дисциплина	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
ПК-2.1. Создает проблемно-аналитические материалы в разных жанрах; ясно излагает и аргументирует собственную точку зрения; ведет диалог или полемику;	Опрос по номенклатуре СМИ. Вопросы: - назовите качественные газеты Великобритании, - назовите наиболее известные французские общеполитические еженедельники, - назовите федеральные газеты США,	«5» демонстрирует знание основных СМИ «4» допущены одна-две ошибки «3» не может назвать некоторые ведущие «2» знания фрагментарны, не понимает вопросов, не может ответить

ПК-2.2. Контролирует художественный и визуальный формат проекта СМИ в процессе монтажа	1. Написать эссе на одну из предложенных тем 2. Выступление с презентацией о конкретном СМИ США	0 – 10 б. Письменные отчеты по заданиям. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания
ПК-2.5 Анализирует темы и их аспекты, учитывая общественные и производственные цели отечественных и зарубежных медиаканалов и СМИ.	1. Охарактеризовать систему новых медиа США 2. Подготовить презентацию по данной теме	0 – 10 б. Письменные отчеты по заданиям. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания

## **V. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### а) Основная литература:

Анпилогова Л.В. История зарубежной журналистики (конец XIX – начало XXI вв.). Оренбург, 2016. <https://lib.rucont.ru/efd/271373/info>

Современные зарубежные СМИ: уч.-мет. Пособие: сост. О.Г. Куликова. Ярославль, 2016. <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20160104.pdf>

### б) Дополнительная литература

Корнилов Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий. М.: Флинта; Наука, 2013. [http://modernlib.net/books/e\\_e\\_kornilova/massovie\\_kommunikacii\\_na\\_rubezhe\\_tisyacheletiy/read](http://modernlib.net/books/e_e_kornilova/massovie_kommunikacii_na_rubezhe_tisyacheletiy/read)

Современные зарубежные СМИ в условиях глобализации: сб. статей. СПбГУ, 2011. [http://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1413364556\\_6677.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1413364556_6677.pdf)

Вартанова Е. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003. <https://uchebnikfree.com/smi-zarubejnyie/mediaekonomika-zarubejnyih-stran-uchebnoe.html>

Шевцов Н.В. Современные зарубежные СМИ: уч. пособие. М.: МГИМО, 2012. <http://www.universitybooks.ru/cat.asp?o=46949>

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (или модуля)**

*Электронные библиотечные системы:*

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (<http://www.biblioclub.ru>)

ЭБС «Лань» (<http://www.e.lanbook.com>)

Подписные ресурсы «Ивис» (<http://www. ivis.ru>)

Электронная библиотека диссертаций РГБ (<http://diss.rsl.ru>)

Научная электронная библиотека eLibrari (<http://www. elibrari.ru>).

**Электронный журнал «Современный дискурс-анализ»** (Белгородский госуниверситет): [www.discourseanalysis.org](http://www.discourseanalysis.org).

## **VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

**Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.**

### **Типовое тестовое задание**

#### **ДЕ-1 Средства массовой информации в условиях перехода к информационному обществу и глобализация**

1. Назовите фактор, который обуславливает глобальную сущность:
  - а) всеобщность информации
  - б) огромная территория
  - в) количество населения
  - г) количество средств массовой информации
  
2. Что входит в понятие «фрагментация аудитории СМИ»?
  - а) группы по доходам
  - б) разноязыковая аудитория
  - в) многонациональные группы
  - г) социальные группы
  
3. Выберите определение понятия «конвергенция СМИ»:
  - а) слияние всех носителей СМИ в один с целью передачи пользователю разнообразного содержания в цифровом формате
  - б) взаимное усиление воздействия разных средств информации на массовую аудиторию
  - в) устройство для получения чрезвычайно интенсивных узконаправленных пучков светового излучения
  - г) двусторонний обмен информацией между людьми в ходе их личных общений или посредством масс-медиа
  
4. Целью «журналистики участия» является
  - а) дать работу непрофессионалам
  - б) предоставить независимую, достоверную, точную, многообразную и важную

информацию согласно принципам демократии

- в) противостоять мнению государственных органов
- г) отстаивать права граждан

### **ДЕ-2 Экономика современных зарубежных СМИ.**

1. Экономика СМИ отличается от экономики других отраслей следующим/следующими параметром/параметрами:

- а) по типу рынков, на которых конкурируют средства массовой информации; по природе и степени конкуренции на этих рынках; по уникальному уровню концентрации в данной отрасли; по монопольным характеристикам.
- б) по степени демассификации, конвергенцией, по динамике роста заработной платы
- в) глобальной сущностью
- г) степенью капитализации, содержанием, рынком услуг

2. Что понимают под рынком СМИ?

- а) географический рынок
- б) рынок идей
- в) рынок знаний
- г) рынок лояльностей

3. Каким путем идет концентрация и монополизация СМИ в современных условиях?

- а) конкуренцией на рекламном рынке
- б) увеличением тиража газет
- в) приобретением различных СМИ промышленно-финансовыми корпорациями
- г) появлением цепи магазинов

4. Какая корпорация/концерн входит в число крупнейших медиакорпораций мира?

- а) Блумберг
- б) Вивенди Юниверсал
- в) Бонньер
- г) Телеком Италия

### **ДЕ-3 Регулирование и саморегулирование современных зарубежных СМИ.**

1. Каковы общие черты правовых документов отдельных государств в области свободы слова?

- а) охрана интересов государства и личности
- б) защита прав самих журналистов
- в) защита прав потребителей
- г) охрана интересов предпринимателей

2. В каком деле, решение по которому было вынесено Европейским Судом по правам человека, журналист позволил себе резкие оценки поведения канцлера республики и был осужден национальным судом за диффамацию?

- а) «Кастеллс против Испании» (1992)
- б) «Лингенс против Австрии» (1986)
- в) «Гудвин против Соединенного Королевства» (1996)
- г) «Фрезюс и Руар против Франции» (1999)

3. Какое положение не относится к этическим принципам СМИ Швеции?

- а) не избегай дискуссий
  - б) уважай личность
  - в) осторожно обращайся с иллюстрациями
  - г) выслушай мнение правительства
4. Основной целью Международной организации журналистов (МОЖ) является
- а) регулирование импорта и экспорта журналистской продукции
  - б) предоставление информации об обстоятельствах, могущих вызвать загрязнение окружающей среды
  - в) отделение сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию от мнения
  - г) защита мира, укрепление дружбы и сотрудничества между народами с помощью свободного, правдивого и честного информирования общественности, защита свободы печати и прав журналистов

#### **ДЕ-4 Современные зарубежные СМИ и политика**

1. Кому приписывается авторство метафоры «четвертая власть»?
- а) Г. Филдингу
  - б) Д. Вашингтону
  - в) М. Тэтчер
  - г) А Громько
2. Что означает понятие «медиазация политики»?
- а) участие руководителей СМИ в работе государственных органов
  - б) создание политической партии с участием представителей СМИ
  - в) активное вторжение в политику медийного поля
  - г) влияние СМИ на поведение политиков
3. В какой стране был более значителен телевизионный фактор в избирательных кампаниях 2000-2001 гг.?
- а) Италия
  - б) США
  - в) Монголия
  - г) Египет
4. Политический маркетинг - это
- а) исследование роли массмедиа в избирательных кампаниях, помогающих или препятствующих кандидатам получить желаемое большинство голосов при соблюдении принципа подчинения меньшинства большинству
  - б) плюрализация форм распространения и восприятия информации
  - в) создание универсального языка глобализирующегося информационного общества
  - г) комплекс средств с целью создания адекватности кандидата его потенциальному электорату, представления его как можно большему числу избирателей и каждому из них, создания различий между кандидатом и его конкурентами-противниками и увеличения числа голосов, необходимых для победы на выборах

#### **ДЕ-5 Типология современных зарубежных СМИ**

1. Газета «Таймс» - это
- а) образец «качественной» прессы

- б) вашингтонская газета
  - в) инициатор создания «клонов»
  - г) аналог The Washington Post
2. Создателем «желтой» прессы является
- а) Мэрдок
  - б) Берлускони
  - в) Пулитцер
  - г) Блумберг
3. «Тайм» - это
- а) американский массовый иллюстрированный журнал
  - б) американский деловой журнал
  - в) американский еженедельный журнал новостей
  - г) английский деловой журнал
4. Общественно-правовое телевидение - это
- а) африканская модель
  - б) восточная модель
  - в) американская модель
  - г) западноевропейская модель
5. «Ассошиэйтед пресс» - это
- а) государственное информационное агентство (Великобритания)
  - б) государственное информационное агентство с участием частного капитала (США)
  - в) мировое информационное агентство (Великобритания) в виде кооперативного объединения прессы
  - г) мировое информационное агентство (США) в виде кооперативного объединения прессы
6. В развитии сетевых коммуникаций лидирующее положение в современном мире занимают
- а) скандинавские страны и США
  - б) США и Великобритания
  - в) Франция, Великобритания и Италия
  - г) Китай и США

#### **ДЕ-6 Современные зарубежные теории СМИ**

1. Особенностью современного процесса создания новостей является
- а) наличие ослабленной оперативности в момент интриги
  - б) установление связи между событием и интересами местных жителей
  - в) стирание границ между жанрами новостей
  - г) уменьшение формата
2. Не является устойчивой тенденцией в новостях телесетей
- а) инфотэйммент
  - б) политэйммент
  - в) бизнестэйммент
  - г) маргинализация

3. В последнее время в американском обществе ставится вопрос о переосмыслении концепции свободы слова в связи
- с появлением онлайн-СМИ
  - с коммерциализацией СМИ
  - с ужесточением законов
  - с введением системы рейтингов
4. Теория Маклюэн о «горячих» и «холодных» СМИ основана на критерии
- классификации новостей
  - участия получателя сообщения СМИ
  - типов культуры
  - роли технических средств в культурном прогрессе человечества

### Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний

Ключи к тестовым заданиям.

№ вопр.	ДЕ	ДЕ-1	ДЕ-2	ДЕ-3	ДЕ-4	ДЕ-5	ДЕ-6
1		а	а	а	а	а	в
2		б	а	б	в	в	г
3		а	в	г	а	в	г
4		б	б	г	г	г	б
5						г	
6						а	

### Примерные кейс-задания

#### Кейс-задание №1:

Проанализируйте различные тенденции в понимании глобализации. Подберите аргументы к различным точкам зрения. К какому пониманию глобализации склоняетесь вы?

#### Кейс-задание №2:

Согласны ли Вы с мнением о том, что идеи свободы печати служат прежде всего интересам рекламодателей и большого бизнеса? Обоснуйте ваше мнение подобранными примерами

### Примерные темы рефератов

- Проблемы журналистского образования и международное журналистское сообщество.
- Деловая зарубежная пресса и проблемы медиаэкономики.
- Проблема отношения к человеку в современных зарубежных СМИ.
- Коммерциализация общественного телевидения и проблема доступа к информации в современных зарубежных СМИ.
- Концепция социальной ответственности СМИ и проблема коммерциализация современной зарубежной прессы.
- Динамика современной зарубежной телеиндустрии.
- Роль СМИ в зарубежных выборных кампаниях.
- Медиапотребление и проблемы трансформации аудитории современных зарубежных СМИ (на примере одной-двух стран).
- Коммерческое ТВ - смерть гражданскому обществу?
- Журналистика Баренц региона: проблемы глобализации и регионализации.

## Вопросы к зачету

1. Средства массовой информации в условиях перехода к информационному обществу.
2. Современные зарубежные теории СМИ. Возникновение, развитие и современное состояние основных концепций (авторитарной, свободы печати, социальной ответственности журналистики).
3. Воздействие философии постмодернизма и теории информационного общества на современные теории СМИ.
4. Теоретические концепции европейских и североамериканских ученых.
5. Тенденции развития медиаиндустрии зарубежных стран
6. Концентрация СМИ. Мегамедиакорпорации.
7. Антимонопольное законодательство. СМИ в условиях глобализации рыночной экономики.
8. Системы средств массовой информации в развитых странах: сравнительный анализ.
9. Понятие модели СМИ. Основные модели СМИ: общие характеристики и национальные особенности.
10. Типология периодической печати. Качественные, массовые и качественно-массовые газеты.
11. Особенности рынка зарубежных журналов.
12. Модели национального вещания: общественно-правовое ТВ как западно-европейская модель и коммерческие телесети как американская модель.
13. Трансформация системы общенационального радиовещания в условиях демонополизации и дерегулирования.
14. Формы, методы и приемы информационного воздействия на аудиторию.
15. Жанры западной журналистики.

### Темы эссе

1. Дикурсивные исследования СМИ.
2. Медиаметрические исследования.
3. Социологические исследования аудитории печатных СМИ.
4. Дигитализация и конвергенция СМИ.
5. Экспансия скандинавского капитала на постсоветское пространство медиа.
6. Тенденции и статистика медийного рынка скандинавских стран.
7. Государственная поддержка кино в Скандинавских странах.
8. Институт омбудсмена по прессе.
9. Особенности общественного вещания в США.
10. Американские новостные агентства.
11. Франс-24. Бюджет ТВ во Франции.
12. От глобализации к близости. Причины популярности местного радио.
13. Миссия общественного радио.
14. Клерикальная печать Италии.
15. Евроности.
16. Особенности политики телевещания корпорации Би-би-си.
17. Масс-медиа африканских стран.
18. Масс-медиа стран Латинской Америки.
19. Пресса Китая.
20. Пресса Северной Кореи.
21. Интернет и китайские онлайн-СМИ.
22. Характеристика «тамиздата» как феномена эпохи железного занавеса.
23. Диаспоры на постсоветском пространстве и их СМИ.
24. Критика концепции четырех теорий прессы.
25. Современная глобализирующаяся коммуникативистика: проблематика исследований.
26. Актуальная общественная мысль Запада и Востока о прессе.
27. Законодательная база о переходе к информационному обществу в Евросоюзе.
28. Зарубежные концепции политической культуры общества и политической культуры журналиста.
29. Экономикс Интернета.
30. Экономикс телевидения.
31. Виды рекламы в печатных СМИ.
32. Политическая реклама в СМИ.

### **УШ. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Учебная аудитория № 44 (170002, Тверская область, Тверь, просп. Чайковского, д.70)

Помещение для самостоятельной работы обучающихся:	1. Компьютер Триолит. Монитор ЛОС1 Компьютер Norbel. Монитор BENQ	Adobe Acrobat Reader DC – бесплатно GIMP 2.6.12-2 – бесплатно GlassFish Server Open Source Edition 4.1.1 – бесплатно Google Chrome –
Компьютерный класс. Учебная аудитория № 28(Л) (170002, Тверская	2. Компьютер Norbel. Монитор BENQ 3. Компьютер Norbel. Монитор BENQ 4. Компьютер Norbel. Монитор BENQ 5. Компьютер Norbel. Монитор BENQ 6. Компьютер Norbel. Монитор BENQ 7. Компьютер Norbel. Монитор BENQ	бесплатно Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. Microsoft Office профессиональный плюс 2013 – Акт приема-передачи № 369 от

область, Тверь,  
просп.  
Чайковского,  
д.70)

8. Компьютер Norbel. Монитор BENQ  
9. Компьютер Norbel. Монитор BENQ  
10. Компьютер Norbel. Монитор  
BENQ

21 июля 2017 Microsoft Windows 10 Enterprise –  
Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017  
Net Beans IDE – бесплатно SmartGit –  
бесплатно WinDjView 2.0.2 - бесплатно

### **УШ. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

<b>№ п.п.</b>	<b>Обновленный раздел рабочей программы дисциплины</b>	<b>Описание внесенных изменений</b>	<b>Дата и протокол заседания кафедры, утвердившего изменения</b>
1. 1			