

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала))

Кафедра политических и общественных коммуникаций
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и общественных
коммуникаций
Протокол от «16» июня 2017 г. №10

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ОД.17 «Интернет-коммуникации»**
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

«Управление социальными коммуникациями (Liberal Arts)»

(направленность (профиль))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

2018

(год набора)

Москва, 2017 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Преподаватель
Доцент к.фил.н.
Доцент к.фл.н.,доцент

Бероева Нигина Андреевна
Глазков Алексей Владимирович
Глазкова Елена Анатольевна

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.17 «Интернет-коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-7	Способность под контролем принимать участие подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК ОС LA- 7.2	Способность под контролем подготавливать и проводить коммуникационные кампания и мероприятия
ПК ОС LA-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в отделах рекламы и связях с общественностью в различных организациях и средствах массовой информации	ПК ОС LA-12.1	Способность разработки рекламного продукта и продукта в сфере PR, с учетом сферы социального бытия
ПК ОС LA-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия по связям с общественностью	ПК ОС LA-13.1	Способность анализировать процессы деятельности организации в выбранной сфере, проводить описание конкретных приемов коммуникационных мероприятий

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Определение порядка реализации коммуникационной стратегии; выбор методологии и инструментов	ПК ОС LA-7.2	на уровне знаний: - особенности организационно-управленческой работы в коммуникационных технологиях; - основные профессиональные понятия; основные понятия коммуникации; - основные виды, технологические этапы, закономерности осуществления, методы проведения PR-кампании, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий

		<p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать и организовывать кампании различных видов в сфере рекламы и связей с общественностью, - осуществлять мероприятия на разных этапах коммуникационной кампании; - анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере; - анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организационно-управленческой работы в коммуникационном процессе; - навыком самостоятельной работы с документами и первоисточниками по связям с общественностью; навыками сбора информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий
Выбор методологии и инструментов; планирование работ	ПК ОС LA-12.1	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия и теоретические основы рекламы и PR; - технику взаимодействия организации и общества, общества и СМИ; - типологию и принципы создания рекламного продукта и продукта в сфере PR <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества; - создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности, подготовить материалы для создания рекламного продукта и PR; - осуществлять анализ любых СМИ и организовывать любые PR-мероприятия <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования общественного мнения и производства рекламного продукта. - навыками организации работы отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой сфере социального бытия. - владение методиками мониторинга, SWOT-анализа, контент-анализа, 17 планирования, проведения и оценки PR-мероприятия
Определение порядка реализации коммуникационной	ПК ОС LA-13.1	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> - механизмы деятельности рекламной организации. - основные принципы работы рекламной и PR-

стратегии; выбор методологии и инструментов		организации
		на уровне умений: - составлять планы и графики рекламных кампаний и мероприятий, разработать техническое исполнение. - работать с рекламой, рекламными и пропагандистскими кампаниями. - проводить презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д.
		на уровне навыков: - навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью. - навыками контроля за рекламной продукцией. - навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.ОД.17 «Интернет-коммуникации», 3 курс, 6 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения: Б1.В.ОД.8 «Коммуникационный менеджмент», Б1.В.ОД.10 «Мастерская социальных медиа», Б2.У.1 «Учебная практика».

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ЭО, ДОТ*	ПЗ/ЭО, ДОТ*	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
Тема 1	Особенности организации коммуникации в интернете	8/6			4/3		6/4,5	О, Д
Тема 2	Средства	16/12			4/3		6/4,5	О, Д

	интернет-коммуникаций							
Тема 3	Поисковое продвижение сайта	8/6			4/3		6/4,5	О,Д
Тема 4	Основы контекстной рекламы	16/12			4/3		6/4,5	ДЗ
Тема 5	Социальные сети и блогосфера как каналы коммуникаций	8/6			4/3		6/4,5	О, Д, ДЗ
Тема 6	Анализ и планирование интернет-коммуникаций	8/6			4/3		6/4,5	О, ДЗ
Тема 7	Эффективность маркетинговых действий в интернете	8/6			4/3		8/6	О, Д
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72/54			28/21		44/33	

Примечание:

*** – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.*

**** - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО) и др.*

Содержание дисциплины

Тема 1. Особенности организации коммуникации в интернете

Специфика интернета: широкий охват аудитории при возможности обращения к небольшой целевой группе; высокая скорость распространения информации; возможность получения быстрого ответа; определенная обезличенность; упрощенный характер общения. Основные действия в интернете: поиск информации; генерирование контента; комментирование; лайки; репосты. Большое количество каналов коммуникации. Интернет-маркетинг: понятие, структура, цели и задачи.

Тема 2. Средства интернет-коммуникаций

Сайт компании: контент, структура и дизайн, повышение удобства пользования сайтом для посетителей (usability), оптимизация под поисковые системы (SEO), оптимизация под социальные сети (SMO), использование контекстной рекламы (текстовой, баннерной и видеорекламы), вирусный маркетинг, e-mail рассылки, форумы и т.д. Значение и цель корпоративного сайта. Использование сайта как PR-инструмента. Виды сайтов. Сравнение интернет-коммуникаций с традиционными типами коммуникаций. Особенности формирования коммуникационной политики организации в интернете.

Тема 3. Поисковое продвижение сайта

Поисковое продвижение сайта: понятие, смысл и преимущества. Индексация сайта поисковыми системами. Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта. Принципы работы поисковых роботов. SEO (поисковая оптимизация) и ее основные составляющие.

Ключевые запросы: механизм выбора. Технические и информационные факторы, влияющие на скорость продвижения сайта.

Тема 4. Основы контекстной рекламы

Контекстная реклама: понятие, смысл и преимущества. Принципы работы контекстной рекламы. Что выбрать: Yandex Direct или Google AdWords? Рынок контекстной рекламы. Сервисы контекстной рекламы. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании. Таргетинг и лендинг. Основные принципы подбора слов, составления текстов объявлений, выбора целевых страниц, показа объявлений. Аукцион, стоимость показа объявления. Примеры правильных и неправильных объявлений. Оценка эффективности контекстной рекламной кампании. Корректировка стратегии на основе анализа.

Тема 5. Социальные сети и блогосфера как каналы коммуникаций

Понятие и сущность социальной сети. Влияние социальных сетей на коммуникационные процессы и на скорость распространения информации. Характеристика крупнейших социальных сетей. Социальные сети: стратегия продвижения; мониторинг; клиентская поддержка; управление репутацией. Интеграция сайта с социальными сетями. Понятие и сущность блога и портала, их разновидности.

Тема 6. Анализ и планирование интернет-коммуникаций

Интернет-коммуникации: их характеристики, структура, достоинства и недостатки. Вариативность участников интернет-коммуникаций. Комплексный анализ интернет окружения: статистика посещений сайта, количество контактов с аудиторией, спрос на продукцию (услуги), уровень конкуренции и т.д. Стратегическое планирование кампании на основании проведенного анализа и возможностей бюджета: выбор наиболее перспективных каналов коммуникации. Прогнозирование эффективности.

Тема 7. Эффективность маркетинговых действий в интернете

Оценка эффективности мероприятий маркетинговых действий. Анализ статистики посещений сайтов с использованием сервисов (Яндекс Метрика, Google Analytics, Liveinternet). Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов. Выбор критериев эффективности (CTR, показатель конверсии и т.д.). Составление аналитического отчета; требования к отчету.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.17 «Интернет-коммуникации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа:

занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:

опросы, диспуты

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

домашние задания

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Примерная тематика опросов и диспутов:

1. Типология коммуникаций в интернете. Особенности интернет-аудитории
2. Основные отличия интернет-коммуникаций от традиционных коммуникаций
3. Принципы работы поисковых роботов
4. Специфика подбора ключевых запросов для продвижения сайта
5. Сравнение Yandex Direct и Google AdWords
6. Критерии удачных и неудачных объявлений в контекстной рекламе
7. Управление репутацией в социальных сетях
8. Сходства и отличия SMM и SMO
9. Анализ статистики посещений сайта
10. Оценка эффективности продвижения сайта в поисковых системах

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-7	Способность под контролем принимать участие подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК ОС LA- 7.2	Способность под контролем подготавливать и проводить коммуникационные кампания и мероприятия
ПК ОС LA-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в отделах рекламы и связях с общественностью в различных организациях и средствах массовой информации	ПК ОС LA-12.1	Способность разработки рекламного продукта и продукта в сфере PR, с учетом сферы социального бытия

ПК ОС LA-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия по связям с общественностью	ПК ОС LA-13.1	Способность анализировать процессы деятельности организации в выбранной сфере, проводить описание конкретных приемов коммуникационных мероприятий
-------------	---	---------------	---

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
2 этап (код этапа ПК ОС LA -7.2)	Способен планировать коммуникационные кампании и мероприятия	Под контролем составляет план проведения коммуникационных кампаний Использует и применяет принципы, методы и инструментарий по организации коммуникационных кампаний и мероприятий Выстраивает алгоритм разработки коммуникационной кампаний и мероприятий
1 этап (код этапа ПК ОС LA -12.1)	Способен производить рекламные и PR-продукты Составляет техническое задание на разработку продуктов	Использует и применяет знания по разработке коммуникационных продуктов Выстраивает алгоритмы создания продуктов
1 этап (код этапа ПК ОС LA -13.1)	Способен анализировать процессы деятельности организации	Студент в состоянии описать конкретные приемы мероприятий Студент понимает процессы, которые проходят в организации

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме устного ответа на вопросы.

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для зачета:

1. Специфика интернета как информационной среды Характеристика каналов коммуникации в интернете. Интернет-маркетинг: понятие, структура, цели и задачи.
2. Средства интернет-коммуникации. Значение и цель корпоративного сайта. Использование сайта как PR-инструмента. Виды сайтов. Сравнение интернет-коммуникаций с традиционными типами коммуникаций.
3. Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта. Принципы работы поисковых роботов. SEO (поисковая оптимизация) и ее основные составляющие. Ключевые запросы: механизм выбора.
4. Принципы работы контекстной рекламы. Что выбрать: Yandex Direct или Google AdWords? Стратегии ведения контекстной рекламной кампании. Таргетинг и лендинг. Основные принципы подбора слов и составления текстов объявлений

от чего зависит стоимость показа объявления? Примеры правильных и неправильных объявлений. Оценка эффективности контекстной рекламной кампании.

5. Понятие и сущность социальной сети. Социальные сети: стратегия продвижения; мониторинг; клиентская поддержка; управление репутацией. Сходства и отличия SMM и SMO. Интеграция сайта с социальными сетями. Понятие и сущность блога и портала, их разновидности.
6. Комплексный анализ интернет окружения. Стратегическое планирование кампании на основании проведенного анализа и возможностей бюджета: выбор наиболее перспективных каналов коммуникации.
7. Оценка эффективности мероприятий маркетинговых действий. Анализ статистики посещений сайта. Выбор критериев эффективности (CTR, показатель конверсии и т.д.). Составление аналитического отчета; требования к отчету.

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:

«зачет» - положительный результат,

«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции ПК ОС LA – 7, ПК ОС LA – 12 и ПК ОС LA – 13 (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования

«Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Дисциплина «Интернет-коммуникации» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	<p>На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники.</p> <p>Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.</p>
Групповая дискуссия, диспут	<p>Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах.</p> <p>Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на</p>

	<p>ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы. Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.</p>
--	--

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

Чумиков А.Н.	Медиарилейшнз	Аспект Пресс	2014	http://www.iprbookshop.ru/21062.html
Кошелева А.Н.	Психология Интернет- коммуникации	Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена	2015	http://www.iprbookshop.ru/51692.html
Шариков Ф.И.	Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны»)	Дашков и К	2015	http://www.iprbookshop.ru/14043.html

6.2. Дополнительная литература.

Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л., Землянова Л.М., Кумылганова И.А.	К мобильному обществу. Утопии и реальность	МГУ	2009	http://www.iprbookshop.ru/13342.html
Александрова О.В., Александрова И.О., Артамонова Ю.Д., и др.	Язык средств массовой информации	Академический Проект, Альма Матер	2015	http://www.iprbookshop.ru/36864.html

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смыслова О.В. Интернет: воздействие на личность. - М.: Можайск-Терра, 2000
2. Войскунский А.Е. Интернет - новая область исследований в психологической науке. Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. Выпуск 1. - М.: Смысл, 2002
3. Войскунский А.Е. Метафоры Интернета. М.: Вопросы философии, N 11, 2001
4. Войскунский А. Е. Психологические исследования феномена Интернет – аддикции. М.: Психологический журнал, №1, 2004
5. Войскунский А.Е. Феномен зависимости от Интернета. Гуманитарные исследования в Интернете.- М.: Можайск- Терра, 2000

6.4. Нормативные правовые документы.
Не предусматриваются

6.5. Интернет-ресурсы.

1. <http://www.olshevsky.ru/> (Сайт консалтинговой компании Александра Ольшевского)
2. <http://www.okresearch.ru/oknews.htm> (Сайт исследовательского агентства О+К)
3. <http://www.bma.ru/> (Сайт аналитического центра «Бизнес и Маркетинг»)

6.6. Иные источники.

1. www.nnir.ru (Российская национальная библиотека)
2. www.nns.ru (Национальная электронная библиотека)
3. www.rsl.ru (Российская государственная библиотека)
4. <http://iprbookshop.ru/> (Электронная научная библиотека РАНХиГС)
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (Электронная библиотека)
6. <https://www.biblio-online.ru/> (Электронная библиотека издательства «Юрайт»)
7. <https://e.lanbook.com/> (Электронная библиотека издательства «Лань»)
8. www.google.ru (Поисковая система)
9. www.yandex.ru (Поисковая система)

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специализированного оснащения для выполнения практических занятий и заданий не требуется.

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;
- MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу).