

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт философии
Кафедра русского языка и культуры речи



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«PR В МЕДИАСФЕРЕ»

По направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации
Профиль подготовки: 42.03.05.01 Общий

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «PR в медиасфере» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации. – 14 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «PR в медиасфере» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 527, учебного плана по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации (профиль «Общий») и Положения о рабочей программе учебной дисциплины в ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля».

СОСТАВИТЕЛЬ:
ст. преподаватель кафедры русского языка и культуры речи Панкова Н. А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры русского языка и культуры речи «14» 04 2023 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой
русского языка и культуры речи Нередкова С. С.

Переутверждена: « » 20 г., протокол №

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии
«10» 04 20 13 г., протокол № 7.

Председатель учебно-методической комиссии
института философии Пидченко С. А.

© Панкова Н. А., 2023 год
© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в образовательном процессе

Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения учебной дисциплины «PR в медиасфере»: ознакомить с историей и современным опытом коммуникативной деятельности PR в медиасфере, принципами и методами, особенностями взаимодействия PR со средствами массовой информации, а также с креативными технологиями PR.

Задачи изучения дисциплины:

- овладеть навыками PR-искусства;
- изучить и приобрести психологические навыки воздействия на потребителя и тщательно к ним подходить;
- получить представление о коммуникативном потенциале различных сегментов и сервисов Интернета;
- овладеть практическими инструментами PR в медиасфере;
- теоретически осмыслить PR в медиасфере при выявлении функциональных особенностей этого вида коммуникации, в формировании навыков и умений PR деятельности сформировать критическое осмысление феномена медиа-пространства, основанное на его структурно-функциональной модели;
- систематизировать знания о современной медиасфере;
- проанализировать основные инструменты связей с общественностью в медиасфере, возможности использования в PR-целях социальных сетей.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Дисциплина относится к формируемой участниками образовательных отношений части учебного плана по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Основы медиакоммуникации», «История медиакоммуникации», «Реклама в медиасфере» и служит подготовкой к «Преддипломной практике», «Выпускной квалификационной работе», «Государственному экзамену».

Дисциплина реализуется кафедрой русского языка и культуры речи.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Студенты, завершившие изучение дисциплины «PR в медиасфере», должны

знать:

основы организации взаимодействия с внешними организациями и учреждениями, гражданами;

практику политических коммуникаций PR и политического консультирования в процессе принятия государственно-административных и политических решений;

уметь:

организовывать коммуникации; обеспечивать связи с общественностью соответствующих органов и организаций;

организовывать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия в соответствии с целями и задачами управления персоналом;

управлять коммуникационными потоками в сфере взаимодействия с общественностью;

владеть навыками:

навыками коммуникациями и организации взаимодействия с внешними организациями;

приобрести навыки анализа применения коммуникативных технологий и стратегии административно-политических связей с общественностью.

Перечисленные результаты образования являются основой для формирования следующих компетенций:

профессиональных:

ПК-3 – способен осуществлять координацию деятельности технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой в процессе работы над творческими проектами, в том числе посредством создания необходимых технических требований.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3 з. е.)	108 (3 з. е.)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	48	18
Лекции	24	8
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	24	10
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям по разделам дисциплины; контрольные работы, тестовые задания и т.п.)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	60	90
Форма аттестации	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Теоретические основы паблик рилейшнз.

Public Relations: основные понятия и определения. Сущность и содержание паблик рилейшнз. Государство и PR. Пять основных целей и составляющие PR. Основные направления деятельности по связям с общественностью. Принципы и функции паблик рилейшнз. Методы и инструменты паблик рилейшнз. Внутренние и внешние паблик рилейшнз. Паблик рилейшнз как теория «общественных отношений» в современном обществе. Базовые PR-документы.

Тема 2. Паблик рилейшнз в системе социальных отношений.

Наука PR – эволюция развития. Концепции PR. Рынок услуг PR. Международные профессиональные кодексы и стандарты. Профессиональная деятельность специалистов PR. Корпоративная социальная ответственность. Фандрайзинг. Правовые основы PR-деятельности. PR и другие дисциплины.

Тема 3. Организация и управление деятельностью по связям с общественностью.

Развитие общественных отношений. Предпосылки возникновения паблик рилейшнз, его основные цели, функции, сферы функционирования и роль в современном мире. Создание «положительного образа».

Тема 4. Организация PR-деятельности.

Public Relations как функция менеджмента. Менеджмент PR. Структура PR-концепции. Планирование PR-деятельности. Перспективное и оперативное планирование PR. Самостоятельные PR-организации. Организационные формы деятельности PR-структур и служб. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя.

Тема 5. Паблик рилейшнз – технология коммуникационного обеспечения управления.

Обзор механизмов функционирования PR в процессе управления организацией. Принципы эффективного менеджмента PR в решении стратегических задач развития организации. Организационно-управленческие аспекты профессиональной деятельности в сфере паблик рилейшнз.

Тема 6. Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий.

Примеры деловых и пресс-мероприятий для представителей целевых аудиторий. Выставочное участие и спецмероприятия. Работа с современными информационными ресурсами. Коммуникация: основные понятия и определения. Теория коммуникации. Основные законы коммуникации.

Маркетинг и Public Relations. Место связей с общественностью в комплексе маркетинга. Факторы, определяющие выбор СМИ. Медиапланирование.

Тема 7. Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.

Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов. Медиарилейшнз. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relations). Дифференциация СМИ, возможности и перспективы работы с ними в современный период: телевидение, радио, печатная пресса, альтернативные носители информации. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью. Управление средствами массовой информации и информацией. PR как технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Новость: предыстория, развернутая картина события, реакция на событие, косвенный контекст смыслового позиционирования новости. Этапы, логика и механизмы управления информацией. Формирование собственного информационного потока. Приемы создания и усиления новостей. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства. Этика отношений. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства: взгляд с позиции журналиста. Алгоритм действий по работе со СМИ (мониторинг). Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро; подготовка материалов для СМИ. Организационные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой: пресс-служба, пресс-секретарь, пресс-центр, пресс-бюро, пресс-клуб.

Типология мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ (новостные PR-мероприятия). Интервью: очное, заочное, виртуальное. Брифинг. Пресс-конференция. Виртуальная пресс-конференция в интернете. Видеоконференции и телемосты. Совместные конференции и семинары со СМИ. Тематический образовательный семинар. Презентация. Пресс-тур. Пресс-клуб и пресс-пул. Неформальные встречи: пресс-завтрак, клубный вечер (party), конкурс среди журналистов на лучший материал; день прессы; ежегодный праздник газет; информационное спонсорство; роуд-шоу. Связи со средствами массовой коммуникации (методика использования в избирательной кампании): работа со средствами информации, контрольный список средств информации, подход к работникам средств информации, радио- и телевизионные интервью, интервью для печатных органов.

Тема 8. Корпоративный PR. Корпоративная культура. Фирменный стиль. Корпоративный имидж организации.

Внутренний PR: понятие, задачи, методы и средства реализации. Корпоративная культура и фирменный стиль. Виды, стили, формы и функции корпоративного общения. Имидж: содержание понятия. Структура и функции

корпоративного имиджа. Конструирование корпоративного имиджа. Роль связей с общественностью в создании корпоративного пространства и в формировании корпоративной культуры.

Тема 9. Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.

Понятие и классификация кризисов. Подготовка к кризисным ситуациям. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Управление PR в кризисных ситуациях. Управление репутацией в период кризиса. Практические примеры кризисных ситуаций и их решений.

PR-кампания: основные определения, задачи и методы достижения целей. Отличие PR-кампании от рекламной кампании. Типы PR-кампаний. Принципы и характеристики успешной кампании. Организационные формы управления Public Relations. Формирование бюджета Public Relations.

Тема 10. Будущее PR. Новые тенденции и технологии.

Новые тенденции развития PR-рынка в России и в мире. Современные технологии PR-кампаний. Особенности продвижения в мультимедийном пространстве.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Теоретические основы паблик рилейшнз.	2	1
2	Паблик рилейшнз в системе социальных отношений.	2	1
3.	Организация и управление деятельностью по связям с общественностью.	2	1
4.	Организация PR-деятельности.	2	1
5.	Паблик рилейшнз – технология коммуникационного обеспечения управления.	2	1
6	Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий.	2	1
7.	Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.	6	1
8.	Корпоративный PR. Корпоративная культура. Фирменный стиль. Корпоративный имидж организации.	2	1
9.	Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.	2	-
10.	Будущее PR. Новые тенденции и технологии.	2	-
Итого:		24	8

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Теоретические основы паблик рилейшнз.	2	1
2	Паблик рилейшнз в системе социальных отношений.	2	1
3.	Организация и управление деятельностью по связям с общественностью.	2	1
4.	Организация PR-деятельности.	2	1
5.	Паблик рилейшнз – технология коммуникационного обеспечения управления.	2	1
6	Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий.	2	1
7.	Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.	6	1
8.	Корпоративный PR. Корпоративная культура. Фирменный стиль. Корпоративный имидж организации.	2	1
9.	Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.	2	1
10.	Будущее PR. Новые тенденции и технологии.	2	1
Итого:		24	10

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1.	Теоретические основы паблик рилейшнз.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	8
2	Паблик рилейшнз в системе социальных отношений.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	8
3.	Организация и управление деятельностью по связям с общественностью.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	8
4.	Организация PR-деятельности.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	14
5.	Паблик рилейшнз – технология коммуникационного обеспечения управления.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	8
6	Инструменты PR-деятельности: связи со СМИ и организация событий.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для	6	8

		подготовки к практическим заданиям; тестовые задания		
7.	Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	10	12
8.	Корпоративный PR. Корпоративная культура. Фирменный стиль. Корпоративный имидж организаций.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	6	8
9.	Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	4	8
10.	Будущее PR. Новые тенденции и технологии.	Подготовка ответов на контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям; тестовые задания	4	8
Итого:			60	90

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Формы контроля освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы преподавателем в следующих формах:

контрольные вопросы для подготовки к практическим заданиям по разделам дисциплины;

тестовые задания.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, письменные индивидуальные задания, контрольные работы, позволяющие оценить результаты текущей и промежуточной аттестации обучающихся по данной дисциплине, помещаются в приложении к рабочей программе в соответствии с «Положением о фонде оценочных средств».

Форма аттестации по результатам освоения дисциплины проходит в форме зачета.

В зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку выставляются оценки по шкале, приведенной в таблице.

Характеристика знания предмета и ответов	Шкала оценивания
Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки,	

непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России / Под ред. Е. Л. Вартановой - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 424 с. - ISBN 978-5-7567-1103-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756711035.html>
2. Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий / Корнилов Е. А. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 256 с. - ISBN 978-5-9765-1360-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976513600.html>
3. Кириллова, Н. Б. Парадоксы медийной цивилизации : избр. статьи / Н. Б. Кириллова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 452 с. - ISBN 978-5-4499-1562-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785449915627.html>
4. Лукманова, И. Г. Управление проектами : учебное пособие / Лукманова И. Г. - Москва : Издательство МИСИ - МГСУ, 2017. - 174 с. - ISBN 978-5-7264-1746-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785726417462.html>
5. Румин, И. Информация и общественное мнение : От репортажа в СМИ к реальным переменам / Под ред. Румин Ислам; Пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2010. - 293 с. - ISBN 978-5-9614-1096-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961410969.html>
6. Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. (Серия "Современные технологии PR. Мастер-класс") - ISBN 978-5-7567-0715-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707151.html>

б) дополнительная литература:

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров: учебник / И.В. Алешина. – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2004. – 480 с.
2. Анпилогова, Л. В. Психологическая модель профессионального общения студентов-журналистов / Анпилогова Л. В. - Оренбург : ОГУ, 2017. -

ISBN 978-5-7410-1872-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785741018729.html>

3. Блэк Сэм. Паблик рилейшнз. Что это такое / Сэм Блэк – М., 1990.
4. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2002. – 624 с.
5. Соломандина Т.О. Организационная культура компании / Т.О. Соломандина. – М., 2003 – 461 с.
6. Тульчинский Г.Л. Public Relations. Репутация, влияние, связи с прессой и общественностью, спонсорство / Г.Л. Тульчинский. – СПб., 1994.
7. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М., 2003. – 246 с.
8. Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; ред. А. Черникова. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 230 с. : ил. – Режим доступа: по подпис-ке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019>.
9. Шарков Ф.И. Интегрированные бренд-коммуникации / Ф.И. Шарков. – М., 2004 – 244 с.
10. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М.А. Шишкина. – СПб., 1999. – 444 с.

г) Интернет-ресурсы:

Министерство образования и науки Российской Федерации – <http://minobrnauki.ru/>

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>

Министерство образования и науки Луганской Народной Республики – <https://minobr.su>

Народный совет Луганской Народной Республики – <https://nslnr.su>

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>

Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>

Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmed.ru>

Единое окно доступа к образовательным ресурсам «Единое окно» – <http://window.edu.ru>

Электронно-библиотечная система «КиберЛенинка» – <http://www.cyberleninka.ru/about>

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «PR в медиасфере» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 https://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

