

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.02.2023 00:38:01
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Иностранный язык в профессиональной деятельности

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Маркетинговые коммуникации и маркетинг

2022 г.

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-1 (ОПК-1). Способен осуществлять коммуникацию на иностранном языке в ситуациях академического и профессионального общения в интернациональной среде с пониманием культурных, языковых и социально-экономических различий.	<i>умеет</i>
	РО-1 ИД-1 (ОПК-1) грамотно излагать свои мысли на иностранном языке в ситуациях академического и профессионального общения.
	<i>знает</i>
	РО-2 ИД-1 (ОПК-1) языковой материал, необходимый и достаточный для достижения коммуникативных целей в сферах профессионального и академического иноязычного общения; РО-3 ИД-1 (ОПК-1) стратегии выстраивания устного и письменного иноязычного монолога, диалога и полилога в профессиональной и академической сферах.
	<i>владеет</i>
	РО-4 ИД-1 (ОПК-1) навыками профессиональной и академической иноязычной речи;

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

3. Содержание дисциплины

Профессии в сфере рекламы и связей с общественностью, маркетинга. Должностные функции. Требования к специалистам в сфере рекламы и связей с общественностью, маркетинга. Вакансии в сфере рекламы и связей с общественностью, маркетинга. Описание иерархической структуры компаний в сфере рекламы и связей с общественностью, маркетинга. Понятие бренда. Понятие ценностей бренда. Основные ценности бренда. Лояльность и узнаваемость бренда. Логотипы и слоганы. Адрес электронной почты. Адрес сайта. Проблемы в использовании интернета. Основные действия, совершаемые в интернете. Способы продвижения компании (promotional mix). Веб-сайт компании. Спонсорство как одна из форм маркетинговых коммуникаций. Написание пресс-релизов. Написание пост-релизов. Написание поздравительных бизнес писем (business holiday letter). Информационные фейки – понятие (fake news). Способы борьбы с информационными фейками. Ресурсы для борьбы с информационными фейками. Рекламная кампания по модели AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). Этапы организации рекламной кампании.

Цели рекламной кампании. Обсуждение рекламной кампании, аргументация. Кросс-культурный анализ в рекламе. Распределение бюджета в рекламной кампании. Написание письма формата feedback letter (positive feedback, criticism). Ключевые фразы для настройки рекламы. Написание письма-просьбы разместить рекламу (placing advertisement).

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Определите, к каким профессиям относятся следующие должностные функции:

- a) doing market research
- b) writing press releases
- c) creating advertisements
- d) drawing up a marketing plan

2. Соедините части словосочетаний:

- | | |
|-------------|---------------------|
| 1. customer | a) service |
| 2. public | b) relations |
| 3. track | c) record |
| 4. develop | d) a marketing plan |
| 5. brand | e) strategy |
| 6. solid | f) skills |

3. Составьте вакансию для специалиста по взаимодействию со СМИ, используя следующую лексику: the job involves, the successful candidate will be responsible for, direct responsibilities include.

4. Дайте определения следующим терминам: brand awareness, brand image, brand loyalty, off-brand.

5. Переведите на русский язык следующие словосочетания: choose the media, define target group, establish message, place ads.

6. Подберите синонимы:

- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| 1. change perceptions | a) transform people's ideas |
| 2. generate a buzz | b) get people talking |
| 3. rebrand | c) reinvent |

4. have an emotional appeal d) attract people based on how they feel
7. Какие фразы используются для смягчения критики в письме?
8. Подберите перевод на русский язык:
- | | |
|-------------------------|---------------------|
| 1. Easy navigation | a) легкая навигация |
| 2. Search function | b) функция поиска |
| 3. Pop-up windows | c) всплывающие окна |
| 4. Complicated language | d) сложный язык |
9. Какие фразы используются в начале пресс-релиза?
10. Какие временные формы глаголов чаще всего используются в поздравительном бизнес письме?
11. Назовите ресурсы, используемые для борьбы с информационными фейками.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Данчевская, О.Е. English for Cross-Cultural and Professional Communication=Английский язык для межкультурного и профессионального общения : учебное пособие / О.Е. Данчевская, А.В. Малёв. – 6-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2017. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93369> – ISBN 978-5-9765-1284-9. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Шишкина, Т.С. Английский язык делового общения как лингвистическое явление=English of Business Communication as Linguistic Phenomenon : учебник : [16+] / Т.С. Шишкина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Южный федеральный университет, Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации и др. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2017. – 201 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570896> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2605-5. – Текст : электронный.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. www.Oup.Com/elt
2. www.Cengage.com
3. www.longman-elt.com
4. www.englishsuccess.com
5. www.market-leader.net
6. www.cambridge.org

7. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
8. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS

7. Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);
- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);
- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности), а именно: _____;
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;
- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингафонным оборудованием);
- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа

лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.