

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 63

УТВЕРЖДАЮ
Ответственный за образовательную
программу

д.э.н., проф.

К.В. Лосев



«27» июня 2024 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Особенности иностранной лексики в сфере научного PR и рекламы»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.04.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций
Форма обучения	очная
Год приема	2024

Санкт-Петербург – 2024

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

к.ф.н.,доц.

(должность, уч. степень, звание)



27.05.24

Е.Ю. Дубинина

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 63

«27» мая 2024 г, протокол № 10

Заведующий кафедрой № 63

к.ф.н.,доц.

(уч. степень, звание)



27.05.24

М.А. Чиханова

(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

проф.,д.и.н.,доц.

(должность, уч. степень, звание)



27.05.24

Л.Ю. Гусман

(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Особенности иностранной лексики в сфере научного PR и рекламы» входит в образовательную программу высшего образования – программу магистратуры по направлению подготовки/ специальности 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций». Дисциплина реализуется кафедрой «№63».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

УК-4 «Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия»

ОПК-1 «Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем»

ОПК-3 «Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов»

ОПК-5 «Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с практическим формированием языковой компетенции обучаемых, т.е. с обеспечением уровня знаний и умений, который позволит пользоваться русским и иностранным языком в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с зарубежными партнерами. Наряду с практической целью, курс реализует образовательные и воспитательные цели, способствуя расширению кругозора студентов, повышению их общей культуры и образования, а также культуры мышления и повседневного и профессионального общения, воспитанию терпимости и уважения к духовным ценностям народов других стран.

Для реализации основной цели обучения требуется решение комплекса учебных задач, сформулированных в данной программе как конечные требования к уровням подготовки, а именно: адекватных языковых навыков, знание национальной культуры, умение пользоваться словарно-справочной литературой на русском и иностранном языке, умение осуществлять самостоятельный творческий поиск.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине русский/немецкий/французский/английский.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Воспитательная:

- формирование уважения к языку и культуре носителей языка;
- воспитание коммуникабельности в общении с деловыми партнерами;
- воспитание активности в решении коммуникативных и познавательно-поисковых задач;
- приобщение к самостоятельному выполнению заданий, работе со справочной литературой, зарубежными источниками информации.

Развивающая:

- развитие языковых способностей и устойчивого интереса к изучению русского и иностранного языка;
- развитие потребности в самообразовании;
- развитие интеллектуальных способностей (память, мышление, эмоции и т.д.);
- развитие общеучебных умений (работа с учебным материалом, справочной литературой, словарем).

Практическая:

- формирование коммуникативных умений и речевых навыков, обеспечивающих познавательно-коммуникативные потребности студентов;
- обучение общению в контексте диалога культур;
- обучение этике дискуссионного общения и этике межличностного общения;
- формирование умений анализировать и сравнивать сведения и факты родной и иноязычной культуры.

1.1. Дисциплина входит в состав обязательной части образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.3.1 знать правила и закономерности личной и деловой устной и письменной коммуникации; современные коммуникативные технологии на русском и иностранном(ых) языке(ах)
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и	ОПК-1.У.1 уметь управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем ОПК-1.В.1 владеть технологиями производства медиатекстов и

	иностранных языков, особенностей иных знаковых систем	основами менеджмента в индустрии рекламы и связей с общественностью
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.У.1 уметь анализировать и использовать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов ОПК-3.В.1 владеть навыком интерпретации опыта зарубежных и отечественных авторов при реализации коммуникационных стратегий
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.У.1 уметь при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использовать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Современный русский язык»,
- «Иностранный язык (профессиональный)».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- «Копирайтинг»,
- «Работа с PR-текстами».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№2
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины,	4/ 144	4/ 144

ЗЕ/ (час)		
Из них часов практической подготовки		
Аудиторные занятия , всего час.	34	34
в том числе:		
лекции (Л), (час)		
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	34	34
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	54	54
Самостоятельная работа , всего (час)	56	56
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

Примечание: ** кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 2					
Раздел 1. Текст как объект стилистического анализа и единица массовых маркетинговых коммуникаций, его основные характеристики. Доля иноязычной лексики.		4			9
Раздел 2. Лексические особенности рекламных текстов. Сравнительный анализ рекламных текстов, созданных на русском и английском языке.		6			9
Раздел 3. Причины использования иноязычной лексики в рекламных и PR-текстах. Функция иноязычной лексики в рекламных и PR-текстах.		6			9
Раздел 4. Особенности стиля рекламных и PR-текстов с учетом доли иноязычной лексики.		6			10
Раздел 5. Рекламный и PR-текст как целостное речевое произведение. Редактирование рекламных и PR-текстов. Варианты замены иноязычной лексики.		6			10
Раздел 6. Основные виды ошибок, нарушающих коммуникативную эффективность рекламных и PR-текстов.		6			9
Итого в семестре:		34			56
Итого	0	34	0	0	56

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
	Учебным планом не предусмотрено

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 2					
Всего			34		

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 2, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	20	20
Курсовое проектирование (КП, КР)		
Расчетно-графические задания (РГЗ)		
Выполнение реферата (Р)		
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	3	3
Домашнее задание (ДЗ)	30	30
Контрольные работы заочников (КРЗ)		
Подготовка к промежуточной	3	3

аттестации (ПА)		
	Всего:	56
		56

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий
Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.
Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
https://znanium.com/catalog/product/1042162	Габдреева, Н.В. Иноязычная лексика в русском языке новейшего периода : монография / Н.В. Габдреева, А.В. Агеева, А.Р. Тимиргалеева. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 328 с.	
https://znanium.com/catalog/product/1150871	Реферирование : сборник заданий и упражнений / сост. И. И. Санникова. - 2- е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 117 с.	
https://znanium.com/catalog/product/1149096	Зеркина, Н. Н. История и тайна? History or mystery? : учебно-методическое пособие по английскому языку / Н. Н. Зеркина. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 26 с.	
https://znanium.com/catalog/product/1150917	Фадеева, М. Ю. Формирование лингвокоммуникативной культуры общения в бизнесе : учебное пособие / М. Ю. Фадеева. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 95 с.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов
информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
http://www.alleng.ru/english/	Учебники и словари английского, немецкого и французского языков
http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=691&p=117 http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=691&p=8651 http://studiorum.ruscorpora.ru/ http://www.ruscorpora.ru/ http://www.slovari.ru/ http://www.exactus.ru/	Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы
www.onelook.com	Справочные системы, словари и энциклопедии

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)

1	Аудитория для практических занятий Компьютерный класс	Аудитория укомплектована специализированной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории
2	Аудитории общего пользования (для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)	Аудитория укомплектована специализированной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории
3	Библиотека, Интернет-класс ГУАП (для самостоятельной работы)	Помещения укомплектованы специализированной мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечено доступом в электронную информационно- образовательную среду ГУАП

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену; Экзаменационные билеты; Задачи; Тесты.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
1	Стилистические особенности текста.	УК-4.3.1
2	Текст как единица маркетинга.	ОПК-1.У.1
3	Основные характеристики PR-текста.	ОПК-1.В.1
4	Иноязычная лексика в тексте: особенности.	ОПК-3.У.1
5	Лексические особенности рекламных текстов.	ОПК-3.В.1
6	Причины использования иноязычной лексики в рекламных и	ОПК-5.У.1

	PR-текстах.	
7	Особенности стиля рекламных и PR-текстов с учетом доли иноязычной лексики.	
8	Рекламный и PR-текст как целостное речевое произведение.	
9	Основные виды ошибок, нарушающих коммуникативную эффективность рекламных и PR-текстов.	
10	Функция иноязычной лексики в рекламных и PR-текстах.	
11	Редактирование рекламных и PR-текстов.	
12	Варианты замены иноязычной лексики.	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1	<p>Запишите указанное в скобках слово, в правильной отрицательной форме</p> <p><i>Образец записи ответа: I _unload</i></p> <p>1. Many consumers find it (reasonable) when advertisements exaggerate the benefits of a product, leading to disappointment upon purchase.</p> <p>2. Some people (consciously) develop brand loyalty due to clever advertising strategies that create emotional connections.</p> <p>3. It's (lucky) for companies that rely solely on misleading advertisements, as they risk losing customer trust in the long run.</p> <p>4. Advertisers often (approve) of negative feedback, as it can harm their brand image and affect sales</p> <p>5. While some may (agree) with aggressive marketing tactics, others argue that they are necessary for standing out in a competitive market.</p>	УК-4.3.1
2	<p>Выберите правильную форму глагола</p> <p><i>Образец записи ответа: 8 _A)</i></p> <p>1. Effective writing in public relations has always (A is B was C been) crucial for crafting compelling press releases that capture media attention and convey key messages.</p> <p>2. Public relations professionals must (A tailor B tailors C have tailored) their writing style to suit different audiences, ensuring that the content resonates with each target demographic.</p> <p>3. Clear and concise writing (A was B is C are) essential in PR, as it</p>	

	<p>helps to communicate complex information in an easily digestible format.</p> <p>4. PR writing often (A involving B involved C involves) crisis communication, where professionals must carefully choose their words to mitigate damage and restore public confidence.</p> <p>5. Storytelling (A plays B played C had played) a significant role in public relations writing, allowing brands to connect with their audience on an emotional level.</p>	
3	<p>Определите и запишите на английском языке ключевые слова / словосочетания данного абзаца</p> <p>Public relations (PR) in business plays a crucial role in shaping the perception and reputation of an organization. It involves managing communication between the organization and its various stakeholders, including customers, employees, investors, and the media. PR in business is a vital function that influences how an organization is viewed by the public. By managing communication effectively, businesses can enhance their reputation, navigate challenges, and foster positive relationships with their stakeholders.</p>	
4	<p>Вспомните и назовите типы условных предложений в английском языке</p>	
5	<p>Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора</p> <p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p> <p>Определите, какой тип местоимения используется в предложении: PR encompasses community engagement and corporate social responsibility (CSR) initiatives. By participating in community events, charitable activities, and environmental sustainability efforts, organizations can demonstrate their commitment to social values beyond mere profit-making.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. личное, 2. притяжательное, 3. возвратное, 4. указательное, 5. неопределенное, 6. вопросительное 	
6	<p>Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора</p> <p>Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов</p> <p>Выберите прилагательные в превосходной степени, укажите несколько вариантов ответа</p> <ol style="list-style-type: none"> a) the most popular б) more famous в) the biggest г) safer д) more modest 	

7	<p>Запишите глагол, указанный в скобках, в правильной форме (Past Simple/ Past Continuous/Past perfect/Past Perfect Continuous) <i>Образец записи ответа: 8_ spent</i></p> <p>1. The roots of public relations can be found in Ancient Greece, where philosophers like Plato and Aristotle (explore) rhetoric and persuasion. 2. The modern PR industry (begin) to take shape in the early 20th century, largely due to advancements in mass communication.</p>	УК-4.У.1
8	<p>Выберете правильные варианты ответа на вопрос What are the key points about advertising for early-stage startups: A. Focus on the least effective channels for your business B. Free isn't usually a marketing strategy C. Use paid advertising strategically D. Craft a compelling brand narrative</p>	
9	<p>Найдите в предложениях слова с орфографическими ошибками и запишите их правильно <i>Образец записи ответа: 8_ manufacture</i></p> <p>PR encompasses comunity engagement and corporat social responsibility (CSR) initiatives. By partisipating in communiti events, charitable activities, and enviromental sustainability efforts, organizations can demonstrate their commitment to sosial values beyond mere profit-making. These actions not only emprove public perception but also strengthen the emotional connection between the brand and its adience.</p>	
10	<p>Переведите глагол на английский язык и запишите его в страдательном залоге</p> <p>1. The new product, now entering the competitive marketplace, (был разработан) with precision and innovation. 2. The product visibility (увеличена) by the billboards strategically (размещенный) in high-traffic areas.</p>	
11	<p>Задание закрытого типа на установление соответствия Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце Соотнесите модальные глаголы и варианты их перевода (образец записи ответа: 10_Я)</p> <p>1. He can't have missed the meeting А. Он не может пропустить встречу 2. He can't miss the meeting. В. Он не мог пропустить встречу</p>	
12	<p>Установите соответствие между содержанием параграфа и вариантами названия параграфа. Напишите литературный перевод названия параграфа на русском языке <i>Образец записи ответа: Налогообложение в рекламе</i></p> <p>A. Online Advertising Tax B. Advertising Tax C. Unrelated Business Taxable Income</p>	

	<p>In some jurisdictions, such as Austria, an advertising tax is imposed on advertising services rendered for payment. This tax is typically calculated as a percentage (e.g., 5%) of the fees charged for advertising services, which can include print media, radio, television, and online platforms. Advertisers must comply with specific regulations regarding the calculation and payment of this tax, including maintaining records of advertising services undertaken</p>	
13	<p>Напишите перевод английского текста на русский язык What is the workplace of an Advertising Manager like? Advertising managers typically work in office environments, either as part of an in-house marketing team or within an advertising agency. They may have their own workspace, equipped with a computer, internet access, and necessary software for advertising campaign management. Advertising managers collaborate closely with various teams and individuals within the organization, including marketing professionals, graphic designers, copywriters, media planners, and sales teams. They work together to develop advertising strategies, create compelling ad campaigns, and ensure that the messaging aligns with the brand's objectives and target audience. The workplace of an advertising manager is often fast-paced and dynamic. They are responsible for overseeing the planning, execution, and monitoring of advertising campaigns across different channels, such as television, radio, print, digital media, and social media platforms. They may need to manage multiple campaigns simultaneously, coordinating with creative teams, media buyers, and external vendors to meet deadlines and deliver results.</p>	УК-4.В.1
14	<p>Задание закрытого типа на установление последовательности Прочитайте текст и установите последовательность фрагментов текста. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо A. Influencer collaborations are pivotal, given their substantial reach and credibility among followers. Partnering with influencers who resonate with our target demographics ensures authenticity and fosters trust. B. Additionally, optimizing our website for search engines through SEO techniques will aid in capturing organic traffic. Publishing regular blog posts that highlight the product's unique features, benefits, and use cases will further engage potential customers and improve our online visibility. C. Paid advertising via Google AdWords and social media ads will complement these efforts, ensuring we reach a broader audience swiftly. D. Digital marketing will be the cornerstone of our promotional efforts. Utilizing social media platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok, the focus will be on creating visually enticing and informative content.</p>	
15	<p>Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных Прочитайте текст и заполните пропуски словами из рамки <i>Образец заполнения: I awareness</i></p> <div data-bbox="347 1951 1291 2063" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><i>significantly, secure, orchestrating, stakeholders, foster, unlike, focuses, maintain, employs, journalists, seek, core, objectives</i></p> </div>	

	<p>Public Relations, commonly known as PR, is a multifaceted field that _____ (1) on managing and _____ (2) the public image and communications of an organization or individual. At its _____ (3), PR aims to build and _____ (4) a positive reputation among various _____ (5), including customers, employees, investors, the media, and the general public. _____ (6) advertising, which directly promotes a product or service, PR _____ (7) more subtle and strategic methods to influence public perception and _____ (8) a favorable environment for its client. One of the essential elements of PR is media relations. This involves crafting, compelling press releases, organizing press conferences, and leveraging relationships with _____ (9) and influencers to _____ (10) favorable media coverage. By disseminating newsworthy information and stories, PR professionals _____ (11) to create a narrative that aligns with the _____ (12) and values of their organization or client. Effective media relations can _____ (13) amplify a message and enhance credibility in the public eye.</p>

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала - учебным планом по данной дисциплине не предусмотрено.

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах - *учебным планом по данной дисциплине не предусмотрено*

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Тематическое содержание практических занятий отражено в рабочей учебной программе дисциплины.

Структурно практические занятия, как правило, состоят из нескольких этапов:

- подготовительного, включающего проверку готовности студентов и объяснение преподавателем порядка проведения предстоящего занятия;
- основного, в течение которого осуществляется практическая деятельность студентов по решению задач или выполнению упражнений; проводятся обсуждение докладов, сообщений; дискуссии и т.д.
- заключительного, на котором преподаватель подводит итоги занятия, дает задания для самостоятельной работы, проводит текущий контроль в различных формах.

Критериями оценки качества проведения практического занятия следует считать следующие:

- ярко выраженная целенаправленность, определяемая постановкой проблемы, стремлением связать теоретический материал с практикой, выделением главных вопросов, связанных с профилирующими дисциплинами, знакомством с последними достижениями науки по предмету;
- четкая организация работы, помогающая пробудить способность к дискуссии и поддержать её конструктивный анализ всех ответов и выступлений студентов, обеспечить наполненность учебного времени обсуждением языковых проблем;
- стиль проведения занятий — оживлённый, с постановкой острых вопросов, возникающей дискуссией;
- профессиональные и педагогические способности преподавателя – пояснения и заключения преподавателя квалифицированные, убедительные обогащающие знания студентов, содержащие теоретические обобщения;

- наличие психологического контакта с участниками занятия, преподаватель уверенно и свободно держится в группе, разумно и справедливо взаимодействует со всеми студентами;

- личностные взаимоотношения участников процесса обучения, подразумевающие как отношение преподавателя к студентам – уважительное, в меру требовательно.

В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием практических занятий является решение разного рода задач, в том числе профессиональных. Практические занятия направлены на формирование у студентов профессиональных и практических умений, необходимых для изучения последующих учебных дисциплин: выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующей профессиональной деятельности (в процессе курсового проектирования, учебной и производственной (профессиональной) практики, создания выпускной квалификационной работы).

Наряду с формированием умений и навыков в процессе практических занятий обобщаются, систематизируются, углубляются и конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность и готовность использовать теоретические знания на практике, развиваются интеллектуальные умения. При выборе содержания и объема практических занятий следует исходить из сложности учебного материала для усвоения, из внутрипредметных и межпредметных связей, из значимости изучаемых теоретических положений для предстоящей профессиональной деятельности, из того, какое место занимает конкретная работа в процессе формирования целостного представления о содержании учебной дисциплины.

Практические задания могут носить:

- Репродуктивный характер: в этом случае при их выполнении студенты пользуются подробными инструкциями, в которых указаны: цель работы, пояснения (теория, основные характеристики), порядок выполнения работы, таблицы, контрольные вопросы, учебная и специальная литература;

- Частично-поисковый характер: эти работы отличаются тем, что студенты не пользуются подробными инструкциями, им не дан порядок выполнения необходимых действий. Они должны самостоятельно выбрать способы выполнения работы по материалам инструктивной, справочной и другой литературы;

- Поисковый характер: такие работы характеризуются тем, что студенты должны решить новую для них проблему, опираясь на имеющиеся теоретические знания.

При планировании практических занятий необходимо находить оптимальное соотношение репродуктивных, частично-поисковых и поисковых работ, чтобы обеспечить высокий уровень интеллектуальной деятельности.

На практических занятиях могут применяться следующие формы работы:

- Фронтальная - все студенты выполняют одну и ту же работу;
- Групповая - одна и та же работа выполняется группами из 2-5 человек;
- Индивидуальная - каждый студент выполняет индивидуальное задание.

Рекомендуется проведение сквозных практических работ на основе внутрипредметных связей, когда результаты, полученные в одной практической работе, используются при выполнении последующих практических работ по данной дисциплине.

Для повышения эффективности проведения практических и семинарских занятий рекомендуются:

- Разработка рабочих тетрадей, практикумов, учебных комплектов, сопровождающихся методическими указаниями;

- Разработка дифференцированных заданий с учетом индивидуальных особенностей обучающихся;

- Использование в практике преподавания поисковых работ и заданий на проблемной основе;

- Применение коллективных и групповых форм работы, максимальное использование индивидуальных форм с целью повышения ответственности каждого студента за самостоятельное выполнение полного объема работ;

- Проведение практических занятий на повышенном уровне трудности с включением в них заданий, связанных с выбором условий выполнения работы, конкретизацией цели, самостоятельным отбором необходимой информации, с поиском мировоззренческого и нравственного выбора.

- Подбор дополнительных заданий для студентов, работающих в более быстром темпе, для эффективного использования времени, отводимого на занятия и т.д.;

- Разработка заданий для автоматизированного тестового контроля подготовленности студентов к занятиям.

Порядок подготовки практического занятия

- Изучение требований программы дисциплины,

- Формулировка цели и задач практического занятия,

- Разработка плана проведения практического занятия,

- Отбор содержания практического занятия (подбор заданий, вопросов),

- Обеспечение практического занятия методическими материалами, техническими средствами обучения,

- Определение методов, приемов и средств поддержания интереса, внимания, стимулирования творческого мышления студентов,

- Моделирование практического занятия.

Структура практических занятий: вступление преподавателя, работа студентов по заданиям преподавателя, которая требует дополнительных разъяснений, собственно практическая часть, включающая разбор конкретных ситуаций, решение ситуационных задач и т.д. В структуру практического занятия должны быть внесены: тема занятия, цель занятия, план занятия, материалы для контроля исходного и конечного уровней усвоения, обучающая задача.

В структуре практического занятия традиционно выделяют следующие этапы: организационный этап, контроль исходного уровня знаний (обсуждение вопросов, возникших у студентов при подготовке к занятию; исходный контроль (тесты, опрос, проверка письменных домашних заданий и т.д.), коррекция знаний студентов), обучающий этап (педагогический рассказ, предъявление инструкций по выполнению заданий, выполнения методик подготовленных студентов, сообщает тему следующего занятия, задает домашнее задание.

11.4. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ - *учебным планом по данной дисциплине не предусмотрено*

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению курсового проектирования/выполнения курсовой работы - *учебным планом по данной дисциплине не предусмотрено*

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий

уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;
- методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся является: учебно-методический материал по дисциплине.

Во время самостоятельной работы студентам следует выучить материал, изученный в ходе занятий по данной дисциплине, ответить на вопросы для самопроверки.

Изучение языка требует систематической упорной работы, как и приобретение любого нового навыка.

Поскольку навык говорения на иностранном языке является во многом моторным, необходимо подключать именно «моторные навыки»: не только пассивные чтение и слушание, но и активный самостоятельный перевод, письмо, говорение .

Для успешного усвоения учебного материала необходимы постоянные и регулярные занятия. Материал курса подается поступательно, каждый новый раздел опирается на предыдущие, часто вытекает из них. Пропуски занятий, неполное выполнение домашних заданий приводят к пробелам в знаниях.

11.7. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Для получения допуска к экзамену должны быть выполнены все контрольные работы и практические задания.

Главное условие успешности в освоении учебной дисциплины - систематические занятия. Для полного понимания изучаемого материала следует задавать вопросы непосредственно на практических занятиях, чтобы не оставлять пробелов в изучении. За дополнительными разъяснениями и рекомендациями студент может обращаться к преподавателю во время консультаций.

Опрос по основным понятиям учебной дисциплины проводится преподавателем на зачете. Работа студентов на лекциях будет тем успешнее, чем более добросовестно они подготовятся к ней. Студент должен перед лекцией:

- Прочитать соответствующие разделы учебника.
- Студент должен иметь общее представление о предмете изучения, ввести в свой словарь новые термины.

Предварительная работа облегчит прослушивание и конспектирование лекции.

Рекомендуется посещение всех лекций и консультаций без пропусков.

При подготовке к промежуточной аттестации (в форме контрольной работы, коллоквиума и т.д.) необходимо просмотреть весь изученный материал, конспекты, составленные при самоподготовке. Контрольная работа призвана расширить знания по отдельным вопросам общего курса и сориентировать студентов при непосредственном изучении источников и литературы, решении предложенных задач. Кроме того, учебные цели контрольной

работы сформулированы образом, чтобы студент при ее решении приобрел начальный профессиональный опыт исследователя

11.8. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

– зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

– дифференцированный зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся при изучении дисциплины, при выполнении курсовых проектов, курсовых работ, научно-исследовательских работ и прохождении практик с аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При подготовке к аттестации следует не только разобраться в материале, но попробовать, не подглядывая в конспекты или учебники, изложить письменно наиболее существенные понятия, утверждения, формулы по каждому разделу программы, составить план-конспекты ответов на экзаменационные вопросы.

На экзамене в процессе подготовки к ответу прежде, чем приступить к подробному изложению ответа на вопрос, следует составить (письменно или устно) план предстоящего ответа.

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1	<p>Запишите указанное в скобках слово, в правильной отрицательной форме <i>Образец записи ответа: 1_unload</i></p> <p>1. Many consumers find it unreasonable when advertisements exaggerate the benefits of a product, leading to disappointment upon purchase.</p> <p>2. Some people unconsciously develop brand loyalty due to clever advertising strategies that create emotional connections.</p> <p>3. It's unlucky for companies that rely solely on misleading advertisements, as they risk losing customer trust in the long run.</p> <p>4. Advertisers often disapprove of negative feedback, as it can harm their brand image and affect sales</p> <p>5. While some may disagree with aggressive marketing tactics, others argue that they are necessary for standing out in a competitive market.</p>	УК-4.3.1
2	<p>Выберите правильную форму глагола <i>Образец записи ответа: 8_A)</i></p> <p>1. Effective writing in public relations is crucial for crafting compelling press releases that capture media attention and convey key messages.</p> <p>2. Public relations professionals must tailor their writing style to suit different audiences, ensuring that the content resonates with each target demographic.</p> <p>3. Clear and concise writing is essential in PR, as it helps to communicate complex information in an easily digestible format.</p> <p>4. PR writing often involves crisis communication, where professionals must carefully choose their words to mitigate damage and restore public confidence.</p> <p>5. Storytelling plays a significant role in public relations writing, allowing brands to connect with their audience on an emotional level.</p>	
3	<p>Определите и запишите на английском языке ключевые слова / словосочетания данного абзаца</p> <p>Public relations (PR) in business plays a crucial role in shaping the perception and reputation of an organization. It involves managing communication between the organization and its various stakeholders, including customers, employees, investors, and the media. PR in</p>	

	business is a vital function that influences how an organization is viewed by the public. By managing communication effectively, businesses can enhance their reputation, navigate challenges, and foster positive relationships with their stakeholders.	
4	Вспомните и назовите типы условных предложений в английском языке	
5	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа Определите, какой тип местоимения используется в предложении: PR encompasses community engagement and corporate social responsibility (CSR) initiatives. By participating in community events, charitable activities, and environmental sustainability efforts, organizations can demonstrate their commitment to social values beyond mere profit-making. 1. личное, 2. притяжательное, 3. возвратное, 4. указательное, 5. неопределенное, 6. вопросительное	
6	Запишите глагол, указанный в скобках, в правильной форме (Past Simple/ Past Continuous/Past perfect/Past Perfect Continuous) <i>Образец записи ответа: 8_ spent</i> 1. The roots of public relations can be found in Ancient Greece, where philosophers like Plato and Aristotle explored rhetoric and persuasion. 2. The modern PR industry began to take shape in the early 20th century, largely due to advancements in mass communication.	УК-4.У.1
7	Выберете правильные варианты ответа на вопрос What are the key points about advertising for early-stage startups: A. Focus on the least effective channels for your business (not correct - Focus on the most effective channels for your business, as it's important to prioritize the marketing channels that will give you the best return on investment.) B. Free isn't usually a marketing strategy (It's important to have a clear monetization plan) C. Use paid advertising strategically (paid advertising can help you quickly reach your target audience and drive customer acquisition.) D. Craft a compelling brand narrative (Storytelling is a powerful tool for building an emotional connection with your audience.)	
8	Найдите в предложениях слова с орфографическими ошибками и запишите их правильно <i>Образец записи ответа: 8_manufacture</i> PR encompasses community engagement and corporate social responsibility (CSR) initiatives. By participating in community events, charitable activities, and environmental sustainability efforts,	

	<p>organizations can demonstrate their commitment to social values beyond mere profit-making. These actions not only improve public perception but also strengthen the emotional connection between the brand and its audience.</p>	
9	<p>Переведите глагол на английский язык и запишите его в страдательном залоге</p> <p>1. The new product, now entering the competitive marketplace, has been developed with precision and innovation.</p> <p>2. The product visibility is increased by the billboards strategically placed in high-traffic areas.</p>	
10	<p>Задание закрытого типа на установление соответствия Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце</p> <p>Соотнесите модальные глаголы и варианты их перевода (образец записи ответа: 10_Я)</p> <p>1. He can't have missed the meeting А. Он не мог пропустить встречу</p> <p>2. He can't miss the meeting. В. Он не может пропустить встречу</p>	
11	<p>Установите соответствие между содержанием параграфа и вариантами названия параграфа. Напишите литературный перевод названия параграфа на русском языке</p> <p><i>Образец записи ответа: Налогообложение в рекламе</i></p> <p>A. Online Advertising Tax B. Advertising Tax C. Unrelated Business Taxable Income</p> <p>In some jurisdictions, such as Austria, an advertising tax is imposed on advertising services rendered for payment. This tax is typically calculated as a percentage (e.g., 5%) of the fees charged for advertising services, which can include print media, radio, television, and online platforms. Advertisers must comply with specific regulations regarding the calculation and payment of this tax, including maintaining records of advertising services undertaken</p>	
12	<p>Что представляет собой рабочее место менеджера по рекламе? Менеджеры по рекламе обычно работают в офисах, либо в составе внутренней маркетинговой команды, либо в рекламном агентстве. Они могут иметь собственное рабочее место, оборудованное компьютером, доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением для управления рекламными кампаниями.</p> <p>Менеджеры по рекламе тесно сотрудничают с различными командами и отдельными сотрудниками в организации, включая специалистов по маркетингу, графических дизайнеров, копирайтеров, медиапланировщиков и отделы продаж. Они работают вместе, чтобы разрабатывать рекламные стратегии, создавать убедительные рекламные кампании и обеспечивать соответствие сообщений целям бренда и целевой аудитории. Рабочее место менеджера по рекламе часто быстрое и</p>	УК-4.В.1

	<p>динамичное. Они отвечают за контроль планирования, выполнения и мониторинга рекламных кампаний на разных каналах, таких как телевидение, радио, печать, цифровые медиа и платформы социальных сетей. Им может потребоваться управлять несколькими кампаниями одновременно, координируя работу с творческими командами, медиабайерами и внешними поставщиками, чтобы соблюдать сроки и добиваться результатов.</p>	
13	<p>Задание закрытого типа на установление последовательности Прочитайте текст и установите последовательность фрагментов текста. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо Digital marketing will be the cornerstone of our promotional efforts. Utilizing social media platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok, the focus will be on creating visually enticing and informative content. Influencer collaborations are pivotal, given their substantial reach and credibility among followers. Partnering with influencers who resonate with our target demographics ensures authenticity and fosters trust. Additionally, optimizing our website for search engines through SEO techniques will aid in capturing organic traffic. Publishing regular blog posts that highlight the product’s unique features, benefits, and use cases will further engage potential customers and improve our online visibility. Paid advertising via Google AdWords and social media ads will complement these efforts, ensuring we reach a broader audience swiftly.</p>	
14	<p>Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных Прочитайте текст и заполните пропуски словами из рамки <i>Образец заполнения: 1 awareness</i></p> <div data-bbox="347 1220 1264 1370" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p><i>significantly, secure, orchestrating, stakeholders, foster, unlike, focuses, maintain, employs, journalists, seek, core, objectives</i></p> </div> <p>Public Relations, commonly known as PR, is a multifaceted field that _____ (1) on managing and _____ (2) the public image and communications of an organization or individual. At its _____ (3), PR aims to build and _____ (4) a positive reputation among various _____ (5), including customers, employees, investors, the media, and the general public. _____ (6) advertising, which directly promotes a product or service, PR _____ (7) more subtle and strategic methods to influence public perception and _____ (8) a favorable environment for its client. One of the essential elements of PR is media relations. This involves crafting, compelling press releases, organizing press conferences, and</p>	

	<p>leveraging relationships with _____ (9) and influencers to _____ (10) favorable media coverage. By disseminating newsworthy information and stories, PR professionals _____ (11) to create a narrative that aligns with the _____ (12) and values of their organization or client.</p> <p>Effective media relations can _____ (13) amplify a message and enhance credibility in the public eye.</p> <p>Correct answers: 1. focuses 2. orchestrating 3. core 4. maintain 5. stakeholders 6. Unlike 7. employs 8. foster 9. journalists 10. secure 11. seek 12. objectives 13. significantly</p>	
--	---	--