

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

«Иностранный язык»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
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»_июня_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 «Иностранный язык» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№63».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

УК-4 «Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)»

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.

Понимать практически любое устное или письменное сообщение, уметь составить связный текст, опираясь на несколько устных и письменных источников.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические занятия и самостоятельная работа студента.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 10 зачетных единиц, 360 часов.

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

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Формирование и совершенствование практических навыков владения иностранным языком в основных видах речевой деятельности, необходимых для развития общей, профессиональной и коммуникативной компетенции:

— ознакомление с языковыми характеристиками и национально-культурной спецификой

лексического, семантического, грамматического, прагматического и дискурсивного аспектов устной/письменной, подготовленной/неподготовленной, официальной/неофициальной речи;

— обучение умению анализировать дискурсивные способы выражения фактуальной, концептуальной и подтекстовой информации в иноязычном тексте;

- представление возможности студентам развить и продемонстрировать навыки в проведении дискуссий, интервью на различные темы.

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

1.3. 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 осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.3.1 знать принципы построения устного и письменного высказывания на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации, в том числе в цифровой среде УК-4.У.1 уметь осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах), в том числе с использованием цифровых средств УК-4.В.1 владеть навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языке(ах), в том числе с использованием цифровых средств

2. Место дисциплины в структуре ОП

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

- Иностранный язык
- Русский язык и русская грамотность.

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

- Деловой иностранный язык

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		
		№1	№2	№3
1	2	3	4	5
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	10/ 360	2/ 72	3/ 108	5/ 180
Из них часов практической подготовки				
Аудиторные занятия, всего час.	119	34	34	51
в том числе:				
лекции (Л), (час)				
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	119	34	34	51
лабораторные работы (ЛР), (час)				
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)				
экзамен, (час)	45			45
Самостоятельная работа, всего (час)	196	38	74	84
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Зачет, Зачет, Экз.	Зачет	Зачет	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 1					
Раздел 1 Коррекция произносительных навыков Тема 1.1. Вводный фонетический курс Тема 1.2. Коррекция навыков чтения транскрипции Тема 1.3. Автоматизация технических навыков чтения		7			8
Раздел 2 Тема 2.1 Профессионально-ориентированное чтение		9			10
Раздел 3 Тема 3.1 Грамматика для продуктивного усвоения Тема 3.2 Грамматика для рецептивного усвоения		9			10
Раздел 4 Тема 4.1 Формирование основ коммуникативных стратегий и тактик в лингвострановедческом и социокультурном контексте		9			10

Итого в семестре:		34			38
Семестр 2					
Раздел 1 Тема 1.1 Профессионально-ориентированное чтение		14			24
Раздел 2 Тема 2.1 Грамматика для продуктивного усвоения Тема 2.2 Грамматика для рецептивного усвоения		10			20
Раздел 3 Тема 3.1 Формирование основ коммуникативных стратегий и тактик в лингвострановедческом и социокультурном контексте		10			30
Итого в семестре:		34			74
Семестр 3					
Раздел 1 Тема 1.1 Профессионально-ориентированное чтение		25			42
Раздел 2 Тема 2.1 Грамматика для продуктивного усвоения Тема 2.2 Грамматика для рецептивного усвоения		26			42
Итого в семестре:		51			84
Итого	0	119	0	0	196

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 1					
1	Коррекция произносительных навыков	Тренинг Аудирование Коррекция	8	8	

	(артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма)	произносительных навыков			
2	Коррекция навыков чтения транскрипции	Тренинг Аудирование	8	8	
3	Автоматизация технических навыков чтения про себя	Тренинг Аудирование	8	8	
4	Развитие навыков обращенного чтения	Тренинг	8	8	
5	Профессионально-ориентированные тексты по общетехническому профилю: Прогресс науки и техники	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры,	8	8	
Семестр 2					
6	Грамматика для продуктивного усвоения: Английский язык 1. Имя существительное: множественное число, притяжательный падеж. 2. Местоимения. 3. Времена групп Indefinite, Continuous, Present Perfect, Present Perfect Continuous. 4. Местоимения. Немецкий язык 1. Презенс слабых, сильных, модальных и возвратных глаголов. 2. Будущее время Французский язык 1. Présent; Глаголы avoir, être; Adjectifs possessifs; Articles 2. Participe passé 3. Passé composé 4. Pronoms possessifs	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии	8	3	
7	Грамматика для рецептивного	занятия по моделированию	8	3	

	усвоения: Английский язык Past and Future Perfect Tenses. Числительные Немецкий язык 1. Повелительное наклонение. 2. Отрицания “nicht” и “kein”. 3. Предлоги с Dativ, Akkusativ, Genitiv, с Dat. + Akk. Французский язык 1. Articles 2. Participe passé 3. Passé composé	реальных условий, деловые игры, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии			
8	Английский язык: Великобритания, Лондон Немецкий язык: Bekanntschaft Meine Familie Unsere Universität Wir lernen Deutsch Mein Tagesablauf Mein Lebenslauf Французский язык: Ma famille. Mon appartement	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейсы	8	4	
Семестр 3					
9	Профессионально-ориентированные тексты по специальности: Компьютеры: аппаратное обеспечение	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии	8	1	
10	Грамматика для продуктивного усвоения: Английский язык 1. Имя прилагательное. Наречие. Степени сравнения	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии	8	2	

	прилагательных и наречий. 2. Типы вопросительных предложений. 3. Модальные глаголы. Немецкий язык 1. Претеритум. 2. Перфект, Плюсquamперфект актив. 3. Степени сравнения прилагательных и наречий. 4. Личные и притяжательные местоимения. Французский язык 1. Verbes pronominaux 2. Imparfait 3. Futur simple 4. Pronoms démonstratifs 5. Concordance des temps 6. Plus-que-parfait				
11	Грамматика для рецептивного усвоения: Английский язык 1. Прямая и косвенная речь. 2. Согласование времен. Немецкий язык 1. Числительные 2. Склонение имен прилагательных 3. Склонение имен существительных Французский язык 1. Verbes pronominaux 2. Concordance des temps 3. Plus-que-parfait	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии	8	2	
12	Английский язык: 1. Russia 2. St Petersburg Немецкий язык Russland (geografische Lage,	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейс,	8	3	

	Staatliches, Wirtschaft, Kultur) Moskau St. Petersburg Французский язык 1. Ma journée de travail 2. Le temps et les saisons	мозговой штурм, групповые дискуссии			
13	Профессионально-ориентированные тексты: Программирование	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии	6	1	
14	Грамматика для продуктивного усвоения: Английский язык 1. Страдательный залог. 2. Неличные формы глагола. Немецкий язык 1. Пассив. 2. Модальная конструкция „sein + zu + Infinitiv“. 3. Конструкция „haben+zu+Infinitiv“. 4. Конструкция „sich lassen + Infinitiv“ Французский язык 1. Спряжение неправильных глаголов 2. Forme passive 3. Pronoms interrogatifs, 4. Adjectifs interrogatifs 5. Pronoms et adverbes EN et Y 6. Passé simple	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии			
15	Грамматика для продуктивного усвоения: Английский язык 1. Сослагательное наклонение. 2. Условные предложения	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейс, мозговой штурм, групповые	9	2	

	<p>Немецкий язык 1. Причастие I и причастие II. 2. Обособленные причастные обороты. 3. Распространенное определение. 4. zu + Partizip I. Французский язык 1. Futur immédiat 2. Passé immédiat 3. Article partitif 4. Participe présent 5. Gérondif 6. Subordonnée participale 7. Proposition infinitive</p>	дискуссии			
16	<p>Грамматика для рецептивного усвоения: Английский язык Сложное предложение. Типы придаточных предложений. Немецкий язык 1. Konjunktif. 2. Konditionalis I Французский язык 1. Participe présent 2. Gérondif</p>	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии	10	2	
17	<p>Английский язык: Высшее образование. Университет, факультет, специальность Немецкий язык: 1 Österreich (geografische Lage, Staatliches, Wirtschaft, Kultur) 3.2 Wien Французский язык Russie Saint-Pétersbourg</p>	занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии	10	3	
Всего			119		

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость,	Из них	№
---	---------------------------------	---------------	--------	---

п/п		(час)	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 1, час	Семестр 2, час	Семестр 3, час
1	2	3	4	5
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	100	8	30	30
Курсовое проектирование (КП, КР)				
Расчетно-графические задания (РГЗ)				
Выполнение реферата (Р)				
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	26	8	15	15
Домашнее задание (ДЗ)	50	12	15	24
Контрольные работы заочников (КРЗ)				
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	20	10	14	15
Всего:	196	38	74	84

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)
8А	Mass media in advertising: методические указания по развитию навыков профессионально-ориентированного чтения/ С.-Петербург. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения; сост.: Е. Г. Гульятеева [и др.]. - СПб.: ГОУ ВПО "СПбГУАП", 2007. - 81 с.	Имеются экземпляры в отделах: ЛС(144), СО(16)
8А	Advertising and promotion: методические указания по	Имеются

	развитию навыков профессионально-ориентированного чтения/ С.-Петербур. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения; сост.: Е. Г. Гульятеева [и др.]. - СПб.: ГОУ ВПО "СПбГУАП", 2006. - 76 с.	экземпляры в отделах: СО(56), ГС(8), ЛС(110), ГСЧЗ(7)
8(075)=30 С91 8Н	Сущинский, И. И. Практический курс современного немецкого языка для юридических и гуманитарных вузов, а также для факультетов международных отношений: Учебник/ И. И. Сущинский; Ред. Г. Фишер, З. Вебер. - 4-е изд. - М.: ГИС, 2000. - 340 с.: табл. - Загл. обл.: Немецкий для юристов. - Издание имеет гриф Министерства науки, высшей школы и технической политики РФ. - На с. 338 - 339 : Список наиболее употребительных юридических сокращений. - ISBN 5-0330-0104-8	Имеются экземпляры в отделах: Ф О(5), ЛС(30), СО(10), ЛСЧЗ(1)
8(075)=30 С91 8Н	Сущинский, И. И. Практический курс современного немецкого языка для юридических и гуманитарных вузов: Учебник/ И. И. Сущинский; Ред. Г. Фишер, З. Вебер. - 5-е изд. - М.: ГИС, 2001. - 340 с.: табл. - Загл. обл.: Немецкий для юристов. - Издание имеет гриф Министерства науки, высшей школы и технической политики РФ. - На с. 338 - 339 : Список наиболее употребительных юридических сокращений. - ISBN 5-8330-0104-8	Имеются экземпляры в отделах: Ф О(3), ЧЗ(2), ЛС(92), СО(5), ЛСЧЗ(2)
811.133.1(075) И 23 8Ф	Иванченко, А. И. Грамматика французского языка в упражнениях: 400 упражнений, комментарии, ключи : [учебное пособие]/ А. И. Иванченко. - СПб.: КАРО, 2010. - 316 с.. - Библиогр.: с. 317. - Алф. указ.: с. 211. - На с. 171 : Грамматический справочник. - ISBN 978-5-9925-0090-5	Имеются экземпляры в отделах: ФО(1), ЛС(18), ЛСЧЗ(1)
811.133.1(075) И 23 8Ф	Иванченко, А. И. Французский язык: Повседневное общение. Практика устной речи : [Учебное пособие]/ А. И. Иванченко. - СПб.: КАРО, 2011. - 376 с. + 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - Библиогр.: с. 374. - ISBN 978-5-9925-0596-2: 250.00, 270.00, р. Приложение: Французский язык : Повседневное общение. Практика устной речи : А. И. Иванченко. - СПб.: КАРО, 2011. - 1. - ISBN 978-5-9925-06136. Шифр 8Ф/И 23-506848 (Текст читает Анита Экуме)	Имеются экземпляры в отделах: ФО(1), ЛС(7), ЛСЧЗ(2), ГС(30)
	http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/8718/201288.pdf?se	PUBLIC RELATIONS UND WERBUNG Учебно-методическое пособие,

		ФГБОУВПО «Удмуртский государственный университет»
8А Т42	Texts and Tests 1 year: Проверочные задания и материалы для комплексной оценки знаний студентов/ С-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения; сост. Е.Г. Гультяева, И.И. Громова и др.: ред О.В. Злобина.- СПб.: ГОУ ВПО «СПбГУАП», 2010. – 98 с	. Имеются экземпляры в отделах: кафедра иностранных языков №63 (460), ФО (30)
8А Т42	Texts and Tests 2 year: Проверочные задания и материалы для комплексной оценки знаний студентов/ С-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения; сост. Е.Г. Гультяева, И.И. Громова и др.: ред О.В. Злобина.- СПб.: ГОУ ВПО «СПбГУАП», 2010. – 108 с	Имеются экземпляры в отделах: кафедра иностранных языков №63 (460), ФО (30)
811 8=20 А 64 8А	Английский язык: учебные задания по формированию страноведческой компетенции: дублетная запись 1. Ч. 1/ С.- Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения; сост. И. И. Громова. - СПб.: ГОУ ВПО "СПбГУАП", 2006. - 44 с.	Имеются экземпляры в отделах: ГС(411), ЛС(471), СО(15)
8=20 А 64 8А	Английский язык: учебные задания по формированию страноведческой компетенции. Ч.: 2/ С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения; Авт.-сост. И. И. Громова. - СПб.: ГОУ ВПО "СПбГУАП", 2006. - 29 с.. - Б.ц.	Имеются экземпляры в отделах: ЛС(504), СО(56), ГС(362), КИР(4)
8=20 А64 8А	Английский язык: учебные задания по темам устной практики/ С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения; сост. И. И. Громова, В. В. Постникова. - СПб.: ГОУ	Имеются экземпляры в отделах: Л

	ВПО "СПбГУАП", 2006. - 52 с.. - Б.ц.	С(243), ГС(143), СО(41)
8Н Н50	Немецкий язык [Текст] : учебные задания по развитию навыков устной речи / С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения ; сост.: А. В. Ерышева, Т. О. Самохина, Е. Ю. Фогель. - СПб. : Изд-во ГУАП, 2011. - 62 с. - б/ц	Имеются экземпляры в отделах: Ф О(2), ГС(43), ЛС(27)
8Н Н50	Немецкий язык [Текст] : учебные задания по практической грамматике / С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения ; сост.: А. В. Ерышева, Т. О. Самохина, Е. Ю. Фогель. - СПб. : Изд-во ГУАП, 2012. - 34 с. - Б.ц.	Имеются экземпляры в отделах: ГС(72), ГСЧЗ (3), ЛСЧЗ (1), СО (4)

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.ngonb.ru/section/id/3/page578	Страноведение: Deutschland
http://startdeutsch.ru/viewtopic.php?p=774	Фильмы, видеосайты на немецком
http://www.spiegel.de/kultur/	Spiegel online kultur
http://www.inopressa.ru/	Иностранная пресса о России и не только
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 общего назначения	
2	Мультимедийная аудитория	

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.
Зачет	Список вопросов; Тесты; Задачи.

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	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«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	<p>Письменный перевод текста по специальности со словарем</p> <p>Задание: Переведите со словарем текст на иностранном языке объемом 1000-1500 печ.зн. Время выполнения - 45 мин.</p> <p>Образцы задания</p> <p>А) Mit Social Media Marketing aus Usern richtige Fans machen In Deutschland nutzen rund 40 Millionen Internetnutzer aktiv soziale Netzwerke. Ein Großteil dieser Personen erachtet es als sinnvoll und nützlich, aus dem eigenen Umfeld Empfehlungen und Tipps zu erhalten. Zu nahezu jedem</p>	<p>УК-4.3.1 УК-4.У.1 УК-4.В.1</p>

Themengebiet gibt es Gruppen und Foren auf den Plattformen. Diese gelten teilweise - abhängig von der Größe - als Institutionen für die Meinungsbildung über Dienstleistungen und Produkte.

Daher sollten Unternehmen soziale Netzwerke zur Interaktion mit den sogenannten Usern nutzen. Nur mit einem aktiven Social Media Marketing hat man auch die Möglichkeit, zu beobachten, wie das eigene Angebot von den Verbrauchern bewertet wird und arbeitet fortwährend an einer positiven Reputation - Online-Public-Relations.

Neben den Verkaufs- und Werbemöglichkeiten bietet sich auch die Weiterentwicklung des eigenen Angebots durch eine konstruktive Feedback-Kultur im Netz an. Insbesondere für Existenzgründer ist dies ein effizienter und kostengünstiger Weg, den Bekanntheitsgrad des Start-ups und der Angebote zu steigern bzw. anzustoßen.

B)

En France, il y a une langue nationale, le français, et des langues ou dialectes régionaux, comme l'occitan, parlé dans le Sud-Ouest, ou le breton qui se parle en Bretagne; sans compter toutes les langues étrangères que continuent à pratiquer ceux qui ont choisi de s'installer dans ce pays.

Si tout le monde parle le français, il ne faut pas croire que tous le parle de la même façon. Les français sont très sensibles à l'accent des autres. Quand un provincial vient à Paris, il est assuré qu'on lui fera quelques remarques sur son "drôle d'accent". Quand un parisien "descend" en province on lui fait aussi sentir qu'il "n'est pas de chez nous". En fait, avoir un accent, cela veut dire "ne pas parler exactement comme les Parisiens".

L'accent peut être jugé "charmant" ou "affreux". Ceux qui parlent avec l'accent du Midi de la France ont de la chance; on trouve ça, en général, très joli. "Il a un léger accent du Midi" est plutôt un compliment.

B)

Advertising and marketing in the future

Fundamental changes take place in many industrial societies. The main underlying factors are shortage and high cost of raw materials, which exerts pressure to avoid wastes.

Advertising and marketing men can expect rapid changes in a variety of markets and industries. In energy, there will be a decrease in competitive advertising between the various types. We will probably see a switch to more educational advertising for coal, gas and electricity. Advertising campaigns will be directed towards eliminating waste rather than increasing consumption. In consumer durables there will be a move away from planned obsolescence. Cars, for example, will be replaced every five to ten years rather than every three. Total consumer expenditure will fall and price will become an even more important factor. In manufacturing, small companies will

	be squeezed out of existing markets.	
2	<p>Ознакомительное чтение текста по специальности и выполнение заданий к нему</p> <p>Задание: Прочтите текст на иностранном языке без словаря и перескажите его. Объем – 1500-2000 печ.зн. Время на подготовку 10 минут.</p> <p><u>Образцы задания</u></p> <p style="text-align: center;">А)</p> <p style="text-align: center;">MESSE FRANKFURT</p> <p>Die Messe Frankfurt ist mit rund 457 Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.769 Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen „made by Messe Frankfurt“ statt. Im Jahr 2011 organisierte die Messe Frankfurt 101 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.</p> <p>Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.</p> <p>Die Messe Frankfurt sichert rund 32.500 Arbeitsplätze in Deutschland. Davon entfallen rund 18.700 auf die Mainmetropole selbst. Das zeigt eine Studie des unabhängigen ifo Instituts für Wirtschaftsforschung der Universität München zur Umwegrentabilität der Messe Frankfurt. Von den Messeveranstaltungen profitieren demnach vor allem das Hotel- und Gaststättengewerbe, das Handwerk sowie Event-affine Dienstleister. „Die Messe Frankfurt ist ein Jobmotor und ebenso wie der Flughafen ein echtes Zugpferd für unsere Stadt und das Land Hessen“, sagte Petra Roth, Oberbürgermeisterin der Stadt Frankfurt am Main, anlässlich der Präsentation der Studie.</p> <p>Da das Unternehmen nicht mit Steuergeldern subventioniert wird, schafft die Messe Frankfurt diesen wirtschaftlichen Erfolg zudem aus eigener unternehmerischer Kraft. „Damit ist unsere Frankfurter Messegesellschaft ein gutes Beispiel für erfolgreiches Wirtschaften auch in konjunkturell schwierigen Zeiten“, fasste Petra Roth zusammen.</p> <p style="text-align: center;">Б)</p> <p style="text-align: center;">Advertising in our lives</p> <p>Advertising influences our choices. The television commercials paint an unrealistic picture of how good life is once you own their product. For example, a commercial for Volvo implies that a person doesn't have class unless he drives a Volvo. Magazine ads are very similar to television ads. They show beautiful women and handsome men, and imply that the reader can be like the people in the ad.</p>	

	<p>The same thing with clothes we wear. Television and magazines show hair-thin models wearing different articles of clothing. The ads for Jordache or Calvin Klein are a good example of this fact. We often feel that if the clothes look good, then they must be made good. We also hope the clothes look as good on us as they did on the models.</p> <p>Finally, advertising influences our eating habits. There are ads for hamburgers, hotdogs, pizzas, beer, candies, cakes, and the list keeps going. Coca-Cola makes everything OK and fun. You're loving McDonalds' food. It's the healthiest, isn't it? With ads like these facing us every night, who could resist?</p> <p>Advertising influences the way everybody lives. The cars we drive, the clothes we wear, and the food we eat are all a result of advertising.</p>	
3	<p>Сообщение и беседа по темам устной практики: <u>Английский язык:</u> Система образования в США / Великобритании, России. Российская Федерация: краткая страноведческая характеристика. Краткая страноведческая характеристика США / Великобритании. Система государственного устройства и политической власти в США / Великобритании/ России. Культурные особенности / национальные традиции США / Великобритании. Лондон Санкт-Петербург <u>Немецкий язык:</u> Bekanntschaft Meine Familie Unsere Universität Wir lernen Deutsch Mein Tagesablauf Mein Lebenslauf Russland (geografische Lage, Staatliches, Wirtschaft, Kultur) Moskau St. Petersburg Die BRD (geografische Lage, Staatliches, Wirtschaft, Kultur) Berlin Das deutsche Bildungswesen Österreich (geografische Lage, Staatliches, Wirtschaft, Kultur) Wien <u>Французский язык:</u> Je me présente ; J'apprends le français. Les saisons de l'année; Les parents proches et éloignés Le portrait de mon ami; Les fêtes d'hiver. On va au théâtre; On va au cinéma La presse; - Russie</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> - Saint-Pétersbourg - Les vacances; - Le tourisme: savez-vous voyager? - La position géographique de la France; - L'organisation administrative du territoire de la France; - L'économie de la France (généralités); - Le régime politique de la France. - Les Français vus par les étrangers - Les réalités françaises <ul style="list-style-type: none"> - Quelques faits de l'histoire de France. <p>Grands hommes de la France</p> <ul style="list-style-type: none"> - Paris: histoire et modernité 	
--	---	--

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
		УК-4.3.1 УК-4.У.1 УК-4.В.1
	<p><i>Письменный аудиторный перевод</i></p> <p>Норма письменного аудиторного перевода – 2000 печ.зн. за 60 мин. Далее следует проверка перевода и обсуждение вариантов. Тексты соответствуют направлению обучения. Студентам может быть предложен один текст или разные. В течение семестра аудиторный перевод проводится на 8 неделе и на 32 неделе осеннего и весеннего семестр, соответственно, и в конце каждого семестра.</p>	
	<p><i>Текст для ознакомительного чтения и обсуждения</i></p> <p><u>Образцы текстов</u></p> <p style="text-align: center;"><i>Was ist Werbung?</i></p> <p>Werbung ist immer auf ein konkretes Produkt bezogen. Als Werbung lassen sich kommerzielle Botschaften verstehen, die an einen näher bestimmten Adressatenkreis versendet werden und dem Zweck dienen, ein bestimmtes Produkt vorzustellen und dadurch mittelbar zum Konsum anzuregen. Dabei wird das Produkt so dargestellt, dass es beim Empfänger der Werbebotschaft das Bedürfnis weckt, es zu konsumieren. Beworbene Produkte können Waren oder Dienstleistungen sein, und die Form des Konsums (Kauf, Miete etc.) ist unerheblich.</p> <p>Als Werbeträger stehen alle bekannten Medien (Fernsehen, Radio Zeitungen, Zeitschriften, Internet, E-Mail, Plakate etc.) zur Verfügung. Geworben werden kann auch durch direkte Kundenansprache im öffentlichen Raum, etwa durch das Verteilen von Flugblättern und Handzetteln.</p> <p>Der Adressatenkreis einer Werbemaßnahme sollte nicht beliebig sein, sondern sich möglichst genau mit der Zielgruppe decken, für die das beworbene Produkt entwickelt worden ist. Form und Inhalt der Werbung sind daher immer auf die Kommunikationsgewohnheiten und das Konsumverhalten der Zielgruppe zugeschnitten.</p>	

	<p style="text-align: center;"><i>What should you write in your ads?</i></p> <p>The answer to this question depends almost entirely on the reading and listening habits of your current and potential customers. This is where some basic market research can help you a great deal. A lot can be learned by using a few basic methods.</p> <p>Before you write your ads, you should give careful thought to your unique selling position so you know what unique features and benefits to convey and to whom. Review information in Positioning.</p> <p>Note that a common mistake among inexperienced ad writers is to write the ad to themselves, rather than to their current and potential customers. Your ads should clearly demonstrate the benefits (of products and services) to customers, not the benefits to you – clearly state the ads in terms that the customer will value, for example, easy access, low cost, easy to use, reliability, etc. Your ads should answer the customer’s question: ‘What’s in it for me?’ Your ad should also specify what they are to do next. What action should they take and how do they take it, for example, who do they call and how.</p>	
	<p><i>Внеаудиторное чтение</i></p> <p>Норма внеаудиторного чтения на семестр – 10000 печ.зн. Обязательное требование к текстам – профессиональная направленность. Литература подбирается самостоятельно на основе списка, приводимого в настоящей РПД, или по рекомендации преподавателя.</p>	

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 <i>Образец записи ответа: 8_A)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 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. 3. Clear and concise writing (A was B is C are) essential in PR, as it helps to communicate complex information in an easily digestible format. 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. 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. 	
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 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</p>	

	<p>обоснованием выбора Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов Выберите прилагательные в превосходной степени, укажите несколько вариантов ответа а) the most popular б) more famous в) the biggest г) safer д) more modest</p>	
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> 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> 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 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) 1. He can't have missed the meeting А. Он не может пропустить встречу</p>	

	2. He can't miss the meeting. В. Он не мог пропустить встречу	
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</p> <p>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.</p>	

	Utilizing social media platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok, the focus will be on creating visually enticing and informative content.	
15	<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 style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <i>significantly, secure, orchestrating, stakeholders, foster, unlike, focuses, maintain, employs, journalists, seek, core, objectives</i> </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*.

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

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

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

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

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

11.5. 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).

11.6. 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.

Видами текущего контроля являются тесты и контрольные работы (занятия).

Текущий контроль осуществляется с целью систематической проверки достижения обучающимися обязательных результатов обучения по дисциплине – минимума, который необходим для дальнейшего обучения, выполнения программных требований к уровню подготовки обучающихся. Текущий контроль проводится по завершению изучения отдельных наиболее сложных и объемных тем, разделов учебной дисциплины.

Контрольные работы (занятия) выполняются в виде письменных ответов на вопросы, выполнения контрольных заданий или практической проверки выполнения обучающимися упражнений. Контрольные работы (занятия) могут проводиться в электронной форме. Содержание заданий на контрольную работу (занятие) и порядок ее выполнения устанавливаются кафедрой.

11.7. 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».

– Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

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</p> <p><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</p> <p><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 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>Запишите глагол, указанный в скобках, в правильной форме (Past Simple/ Past Continuous/Past perfect/Past Perfect Continuous)</p> <p><i>Образец записи ответа: 8_ spent</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 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	<p>Выберете правильные варианты ответа на вопрос</p> <p>What are the key points about advertising for early-stage startups:</p> <p>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.)</p> <p>B. Free isn't usually a marketing strategy (It's important to have a clear monetization plan)</p> <p>C. Use paid advertising strategically (paid advertising can help you quickly reach your target audience and drive customer acquisition.)</p> <p>D. Craft a compelling brand narrative (Storytelling is a powerful tool for building an emotional connection with your audience.)</p>	

8	<p>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, 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 1. The new product, now entering the competitive marketplace, has been developed with precision and innovation. 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 Соотнесите модальные глаголы и варианты их перевода (образец записи ответа: 10_Я) 1. He can't have missed the meeting A. Он не мог пропустить встречу 2. He can't miss the meeting. B. 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 <i>Образец записи ответа: Налогообложение в рекламе</i> A. Online Advertising Tax B. Advertising Tax C. Unrelated Business Taxable Income 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. Менеджеры по рекламе тесно сотрудничают с различными командами и отдельными сотрудниками в организации, включая</p>	УК-4.В.1

	<p>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 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</p> <p>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 1440 1262 1588" 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</p>	

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.

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