

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 2024г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Иностранный язык профессионального общения»

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

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 профессионального общения» 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)»

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

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 7 зачетных единиц, 252 часа.

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

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

## 1.1. Цели преподавания дисциплины

Целью изучения дисциплины является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

По завершению освоения данной дисциплины обучающийся способен и готов обладать способностью свободно пользоваться иностранными языками как средством профессионального общения, а также владеть навыками публичной и научной речи на иностранном языке.

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.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
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков,	ОПК-1.3.1 знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

	особенностями иных знаковых систем	
--	--	--

## 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	
		№4	№5
1	2	3	4
<b>Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)</b>	7/ 252	3/ 108	4/ 144
<b>Из них часов практической подготовки</b>			
<b>Аудиторные занятия, всего час.</b>	102	51	51
в том числе:			
лекции (Л), (час)			
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	102	51	51
лабораторные работы (ЛР), (час)			
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)			
экзамен, (час)	36		36
<b>Самостоятельная работа, всего (час)</b>	114	57	57
<b>Вид промежуточной аттестации:</b> зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Зачет, Экз.	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 4					
Раздел 1. Реклама. Рекламные компании.		6			8
Раздел 2. Связи с общественностью как инструмент рекламной деятельности.		8			8

Раздел 3. Диверсификация рекламной деятельности		6			6
Раздел 4. Реклама и философия рынка		6			8
Раздел 5. Деловое письмо		6			6
Раздел 6. Типы PR-текстов.		6			7
Раздел 7. Понятие о грамматических особенностях официального и неофициального общения. Различные оттенки модальности.		6			6
Раздел 8. Страдательный залог и независимые причастные обороты в научной речи.		7			8
Итого в семестре:		51			57
Семестр 5					
Раздел 1. Проведение бизнес конференций, семинаров, деловых заседаний и встреч.		7			8
Раздел. 2 Новые информационные технологии в рекламе.		8			8
Раздел 3. Все грамматические особенности функционального стиля научной речи.		8			8
Раздел 4. Связность устной и письменной речи: вводные и связующие слова, союзы и типы предложений.		8			8
Раздел 5. Владение правилами речевого этикета при официальном и неофициальном общении. Стили произношения.		8			9
Раздел 6. Особенности перевода грамматических структур.		5			9
Раздел 7, Деловая переписка. Формальный и неформальный стили письма.		7			7
Итого в семестре:		51			57
Итого	0	102	0	0	114

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
	<b>Учебным планом не предусмотрено</b>

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	№ раздела
-------	---------------------------	----------------------------	---------------------	---------------------	-----------

				подготовки, (час)	дисциплины
<b>Семестр 4</b>					
1	Реклама. Рекламные компании.	Решение практических задач	6		1
2	Связи с общественностью как инструмент рекламной деятельности.	Решение практических задач	8		2
3	Диверсификация рекламной деятельности	Решение практических задач	6		3
4	Реклама и философия рынка	Решение практических задач	6		4
5	Деловое письмо	Решение практических задач	6		5
6	Типы PR-текстов.	Решение практических задач	6		6
7	Понятие о грамматических особенностях официального и неофициального общения. Различные оттенки модальности.	Решение практических задач	6		7
8	Страдательный залог и независимые причастные обороты в научной речи.	Решение практических задач	7		8
<b>Семестр 5</b>					
9	Проведение бизнес конференций, семинаров, деловых заседаний и встреч.	Решение практических задач	7		1
10	Новые информационные технологии в рекламе.	Решение практических задач	8		1
11	Все грамматические особенности функционального стиля научной речи.	Решение практических задач	8		2
12	. Связность устной и письменной речи: вводные и связующие слова, союзы и типы предложений.	Решение практических задач	8		3
13	Владение правилами речевого этикета при официальном и неофициальном общении. Стили произношения.	Решение практических задач	8		4
14	Особенности перевода грамматических структур.	Решение практических задач	5		5
<b>Всего</b>			<b>102</b>		

#### 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
<b>Учебным планом не предусмотрено</b>				

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 4, час	Семестр 5, час
1	2	3	4
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	30	17	16
Курсовое проектирование (КП, КР)			
Расчетно-графические задания (РГЗ)			
Выполнение реферата (Р)			
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	8	4	4
Домашнее задание (ДЗ)	64	30	31
Контрольные работы заочников (КРЗ)			
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	12	6	6
Всего:	114	57	57

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)
1	Беляева, И. В. Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации: комплексные учебные задания: Учебное пособие / Беляева И.В., Нестеренко Е.Ю., Сорогина Т.И., - 3-е изд., стер. - Москва :Флинта, 2017. - 132 с. ISBN 978-5-	



	9765-2616-7. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/937882">https://znanium.com/catalog/product/937882</a>	
2	Прохорова, А. А. Узнайте больше об англоязычном мире. Learn More About the English-Speaking World : учебное пособие / А. А. Прохорова, И. С. Рушинская. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 174 с. - ISBN 978-5-9765-2511-5. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1150855">https://znanium.com/catalog/product/1150855</a>	
3	Гришаева, Е. Б. Деловой иностранный язык / Гришаева Е.Б., Машукова И.А. - Краснояр.: СФУ, 2015. - 192 с.: ISBN 978-5-7638-3296-9. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/550490">https://znanium.com/catalog/product/550490</a>	
4	Попов, Е. Б. Профессиональный иностранный язык: английский язык / Попов Е.Б. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 150 с.ISBN 978-5-16-105579-3 (online). - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/760140">https://znanium.com/catalog/product/760140</a>	

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
<a href="http://www.alleng.ru/english/">http://www.alleng.ru/english/</a>	Учебники и словари английского, немецкого и французского языков
<a href="http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=691&amp;p=117">http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=691&amp;p=117</a> <a href="http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=691&amp;p=8651">http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=691&amp;p=8651</a> <a href="http://studiorum.ruscorpora.ru/">http://studiorum.ruscorpora.ru/</a> <a href="http://www.ruscorpora.ru/">http://www.ruscorpora.ru/</a> <a href="http://www.slovari.ru/">http://www.slovari.ru/</a> <a href="http://www.exactus.ru/">http://www.exactus.ru/</a>	Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы
<a href="http://www.stufen.de">www.stufen.de</a> <a href="http://www.deutsch-als-fremdsprache.de/">www.deutsch-als-fremdsprache.de/</a> <a href="http://www.hueber.de/shared/uebungen/schritte/lerner/uebungen">http://www.hueber.de/shared/uebungen/schritte/lerner/uebungen</a>	Немецкий язык

<a href="http://www.onelook.com">www.onelook.com</a>	Справочные системы, словари и энциклопедии
<a href="http://www.bbc.co.uk">www.bbc.co.uk</a>	BBC Learning English
<a href="http://www.nytimes.com">www.nytimes.com</a>	The New York Times

## 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
	<b>Не предусмотрено</b>

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
	<b>Не предусмотрено</b>

## 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.
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	
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал;</li> <li>– уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>– опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления;</li> <li>– умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– свободно владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>

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

### 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
	<p>1. Полная и точная письменная передача на русском языке профессионально- ориентированного текста. Объем текста <b>1000-1200</b> п.зн. Разрешается пользоваться словарём. Время выполнения – 45 минут. Предложенный преподавателем фрагмент текста читается в начале ответа на ИЯ вслух.</p> <p>Устное реферативное изложение на ИЯ содержания профессионально- ориентированного текста объёмом <b>1800-2000</b> п.зн. Пользоваться словарём не разрешается, время выполнения – 15 минут.</p> <p>3. Участие в ситуативно-обусловленной беседе (без времени на подготовку).</p> <p><b>Текст для письменного перевода</b>  <b>Marketing</b>  <i>By Carol Wilson</i>  Marketing can be defined as human activity which is directed at satisfying needs and wants by creating and exchanging goods or services. The marketing concept has replaced the 18 selling concept. The "selling concept" means that consumers have to be persuaded by selling techniques to buy non-essential goods and services. The "marketing concept", on the</p>	<p>УК-4.У.1  УК-4.В.1  ОПК-1.3.1</p>

	<p>contrary, means that the producer should produce the products which the customers need. Marketing can be approached in terms of marketing mix. Its components are four Ps – product, price, place, promotion, that is selling the right product, at the right price, through the right channels, with the right support and communication.</p> <p>The main principles of marketing are: 1. Determine the customer groups or segments. 2. Determine their needs. 3. Position the product in a proper way.</p> <p>Marketing has become a key factor in the success of western business. In the 20th century, marketing has played an increasingly larger role in determining company policy, influencing product development, pricing, methods of distribution, advertising and promotion techniques.</p> <p><b>Текст для устного изложения</b></p> <p><b>What is the brand?</b></p> <p>A brand is a special trade mark, sign, symbol, design of the product that distinguishes it from other products. Consumers get used to some brands, and prefer to buy them. Some people drink only Nescafe, prefer mayonnaise produced by Moscow fat-producing plant (MZHK) and chocolate of Krasny Oktyabr factory and so on. In this case we can speak about brand loyalty, that is commitment to a particular brand, which people regularly buy. It takes up to ten years to create a brand in the West. In Russia it can only take two years. A brand like Coca-Cola has been around a long time, and dominates the fizzy drink market in almost every country, outselling local brands. One of the most successful brands in the world is the Barbie. Created in 1959, it targeted girls who wanted to have dolls which were like young women. Barbie has had seventy five careers – from astronaut to presidential candidate. Her life cycle never ends. One Barbie is bought every two seconds.</p>	
--	--	--

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
1.	<p>ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ НА НАПИСАНИЕ ДЕЛОВОГО ПИСЬМА</p> <p>Being a PR manager in a company “Milk Productions” selling dairy products you are assigned to write letter of apology to your business partner – retailing company “Salemart”. You must apologize for delivery delay that has recently occurred. Write the letter following the rules of generating text of this genre.</p>	<p>УК-4.У.1 УК-4.В.1 ОПК-1.3.1</p>
2.	Компания выпустила новый журнал, посвященный проблемам спорта или музыки. Предложите идеи для рекламной кампании.	
3.	Придумайте ситуации со следующими идиомами: to put smth. in a nutshell, to get straight to the point, to put smb. in	

	the picture, to beat about the bush, etc.	
4.	Какими качествами должен обладать хороший переговорщик? Каковы другие факторы, необходимые для переговоров? Формы устного и письменного общения (e-mails, interviews): Что выберете Вы? Какие из следующих лексических единиц относятся к хорошим переговорщикам, а какие к плохим: articulate, coherent, fluent, hesitant, extrovert, sensitive, reserved, responsible, etc.?	
5.	Написать e-mail (электронное письмо) коллеге в иностранной фирме с благодарностью за прием и успешно проведенные переговоры. Пригласите коллегу приехать к вам на фирму с ответным визитом. Оговорите даты.	
6.	После слияния с другой компанией в вашем коллективе возникли определенные проблемы. Напишите E-mail директору по персоналу о претензиях сотрудников и о том, что в результате перемен понизилась производительность труда, и повысился отток кадров из компании. Приведите примеры претензий персонала. Объем- 90-100 слов.	
7.	Вы отправляетесь на деловой семинар по улучшению работы сотрудниками компании. Напишите вашему секретарю E-mail (50-60 слов), в котором: а) объясните причину вашего отсутствия; б) сообщите, когда точно вы вернетесь; в) подробно информируйте своего секретаря о том, что ему (ей) надлежит сделать во время вашего отсутствия.	

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
	<b>Учебным планом не предусмотрено</b>

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

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1	<p><b>Запишите указанное в скобках слово, в правильной отрицательной форме</b></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</p>	УК-4.3.1

	argue that they are necessary for standing out in a competitive market.	
2	<p><b>Выберите правильную форму глагола</b>  <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 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><b>Определите и запишите на английском языке ключевые слова / словосочетания данного абзаца</b></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><b>Вспомните и назовите типы условных предложений в английском языке</b></p>	
5	<p><b>Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора</b>  <b>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</b></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> <p>1. личное,  2. притяжательное,  3. возвратное,  4. указательное,  5. неопределенное,  6. вопросительное</p>	
6	<p><b>Задание комбинированного типа с выбором нескольких</b></p>	

	<p><b>вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора</b>  <b>Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов</b>          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><b>Запишите глагол, указанный в скобках, в правильной форме (Past Simple/ Past Continuous/Past perfect/Past Perfect Continuous)</b>  <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><b>Выберете правильные варианты ответа на вопрос</b>          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><b>Найдите в предложениях слова с орфографическими ошибками и запишите их правильно</b>  <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><b>Переведите глагол на английский язык и запишите его в страдательном залоге</b>          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><b>Задание закрытого типа на установление соответствия</b>  <b>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце</b>          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</p>	



	2. He can't miss the meeting.	встречу В. Он не мог пропустить встречу	
12	<p><b>Установите соответствие между содержанием параграфа и вариантами названия параграфа. Напишите литературный перевод названия параграфа на русском языке</b></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>		
13	<p><b>Напишите перевод английского текста на русский язык</b></p> <p>What is the workplace of an Advertising Manager like?</p> <p>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.</p> <p>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><b>Задание закрытого типа на установление последовательности</b></p> <p><b>Прочитайте текст и установите последовательность фрагментов текста. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо</b></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.</p> <p>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.</p> <p>C. Paid advertising via Google AdWords and social media ads will complement these efforts, ensuring we reach a broader audience swiftly.</p>		

	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.	
15	<p><b>Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных</b></p> <p>Прочитайте текст и заполните пропуски словами из рамки</p> <p><i>Образец заполнения: I awareness</i></p> <div 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.</p> <p>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.</p> <p>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
	<b>Не предусмотрено</b>

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*

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 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;

– профессиональные и педагогические способности преподавателя – пояснения и заключения преподавателя квалифицированные, убедительные обогащающие знания студентов, содержащие теоретические обобщения.

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).

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 текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины, стимулирования учебной деятельности обучающихся, совершенствования методики проведения занятий и проводится в ходе всех видов занятий в форме, предусмотренной тематическим планом или избранной преподавателем. Результаты текущего контроля успеваемости отражаются в журнале учета учебных занятий и используются кафедрами для оперативного управления образовательным процессом. 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.

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».

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><b>Запишите указанное в скобках слово, в правильной отрицательной форме</b>  <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><b>Выберите правильную форму глагола</b>  <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><b>Определите и запишите на английском языке ключевые слова / словосочетания данного абзаца</b></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	<b>Вспомните и назовите типы условных предложений в английском языке</b>	
5	<b>Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора</b> <b>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</b> 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	<b>Запишите глагол, указанный в скобках, в правильной форме (Past Simple/ Past Continuous/Past perfect/Past Perfect Continuous)</b> <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	<b>Выберете правильные варианты ответа на вопрос</b> 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 <b>most</b> 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	<b>Найдите в предложениях слова с орфографическими ошибками и запишите их правильно</b> <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><b>Переведите глагол на английский язык и запишите его в страдательном залоге</b></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><b>Задание закрытого типа на установление соответствия</b>  <b>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце</b></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><b>Установите соответствие между содержанием параграфа и вариантами названия параграфа. Напишите литературный перевод названия параграфа на русском языке</b></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><b>Задание закрытого типа на установление последовательности</b>  <b>Прочитайте текст и установите последовательность фрагментов текста. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо</b></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><b>Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных</b>  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>	
--	---	--