

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения»

Факультет среднего профессионального образования



«УТВЕРЖДАЮ»

Декан факультета СПО, к.т.н.

С.Л. Поляков

«24» декабря 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ Иностраный язык в профессиональной деятельности

образовательной программы

42.02.01 «Реклама»

<u>Объем дисциплины, часов</u>	138
Учебные занятия, часов	114
в т.ч. лабораторно–практические занятия, часов	114
Самостоятельная работа, часов	24

Рабочая программа дисциплины разработана на основе ФГОС по специальности среднего профессионального образования

42.02.01

код

Реклама

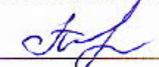
наименование специальности

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией

русского и иностранных языков

Протокол № 5 от 17.12.2025 г.

Председатель:  / Полионова Г.И./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 5 от 24.12.2025 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

Разработчики:

Подойницына С.А., преподаватель высшей квалификационной категории

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама».

1.2. Место дисциплины в структуре ОП СПО

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» является дисциплиной социально-гуманитарного цикла.

1.3. Планируемые результаты освоения дисциплины

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3	<ul style="list-style-type: none"> – строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – взаимодействовать в коллективе, принимать участие в диалогах на общие и профессиональные темы; – применять различные формы и виды устной и письменной коммуникации на иностранном языке при межличностном, межкультурном и профессиональном взаимодействии; – понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на общие и базовые профессиональные темы; – понимать тексты на базовые профессиональные темы; – составлять простые связные сообщения на общие или профессиональные темы; – общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; – переводить иностранные тексты профессиональной 	<ul style="list-style-type: none"> – лексический и грамматический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; – лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода текстов профессиональной направленности (со словарем); – общеупотребительные глаголы (общая и профессиональная лексика); – правила чтения текстов профессиональной направленности; – правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; – правила речевого этикета и социокультурные нормы общения на иностранном языке; – формы и виды устной и письменной коммуникации на иностранном языке при межличностном, межкультурном и профессиональном взаимодействии; – методы исследований для создания и реализации рекламного продукта на иностранном языке;

	<p>направленности (со словарем);</p> <ul style="list-style-type: none"> – самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас; – определять целевую аудиторию и целевые группы; – проводить анализ объема рынка; проводить анализ конкурентов на иностранном языке. 	<ul style="list-style-type: none"> – принципы планирования рекламных кампаний на иностранном языке.
--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины	138
Объем учебных занятий	114
в том числе:	
теоретическое обучение	0
лабораторные и практические занятия	114
Самостоятельная учебная работа	24
Консультации	-
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета в 6 семестре	-

Практическая подготовка при реализации дисциплины организуется путем проведения практических занятий и (или) лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

2.2. Тематический план и содержание дисциплины ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов / в т.ч. в форме практической подготовки	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Место и роль дисциплины «Английский язык в профессиональной деятельности» в подготовке специалистов по рекламе.		36	
Тема 1.1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>1. Личностные и профессиональные качества рекламиста. 2. Требования к специалисту по рекламе. 3. Специфика работы специалиста по рекламе 2. Основные принципы деятельности в отрасли Реклама. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - местоимения. - виды местоимений и их употребление - грамматические конструкции типичные для делового стиля. - подготовка к собеседованию, составление резюме.</p>	16	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ПК.1.1
Тема 1.2. Профессии в рекламе, Место работы.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>1. Место работы. Деловой стиль. 2. Дресс-код, знакомство. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - лексика делового общения. - рассказ о себе. <i>Грамматика:</i> - имя прилагательное, виды, словообразование, степени сравнения - порядок прилагательных в предложении - сравнительные конструкции <i>as...as</i> и другие. - грамматические конструкции типичные для делового стиля. - подготовка устного рассказа о себе, навыках и умениях, составление диалогов.</p>	14	
Самостоятельная работа	<p>“Soft skills of a successful advertiser”-написать эссе “Types of advertising: advantages and disadvantages”- написать сообщение</p>	6	

	“The role of advertising in people’s lives”-написать эссе		
Раздел 2. Реклама, Понятие о рекламе. Виды рекламы.		46	
Тема 2.1. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме.	Содержание учебного материала:	20	
	1.Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме. 2. Функции, классификация рекламы <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с рекламной деятельностью; - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> -герундий -инфинитив - сравнение употребления герундия и инфинитива - грамматические конструкции типичные для делового стиля. - подготовка сообщения, дискуссии, презентации "Реклама- за и против" - активизация в речи терминологии.		
Тема 2.2. Виды рекламы.	Содержание учебного материала:	20	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06,ПК.1.1
	1.Печатная реклама и реклама в СМИ. 2. Наружная реклама. 3. Социальная реклама <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с видами рекламы - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - причастия I и II типа - грамматические конструкции типичные для делового стиля. - анализ печатной и наружной рекламы, составление рекламных сообщений для лифлетов и наружной рекламы. -анализ социальной рекламы, разработка рекламных сообщений для социальной рекламы. Сравнение видов рекламы.		
Самостоятельная работа	“Types of outdoor advertising”- чтение и письменный перевод текста “Creating an advertising leaflet/flyer”-разработать рекламную брошюру “The role of the Internet in creating an advert”- написать эссе	6	
Раздел 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.		26	
Тема 3.1. Интернет реклама. Рекламные носители в Интернете.	Содержание учебного материала:	10	
	1.Взаимодействие пользователя с рекламой в Интернете, E-mail маркетинг 2.Понятия: баннер, текстовый блок, мини сайты, коллажи и т.д. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с рекламой в Интернете		

	<ul style="list-style-type: none"> - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - условные предложения и их виды - сложные предложения - правила написания электронных писем - грамматические конструкции типичные для делового стиля. - интернет как рекламное пространство. Анализ видов рекламных объявлений в Интернете. <p>Тест по пройденному лексико-грамматическому материалу.</p>		
Тема 3.2. Средства продвижения товаров и услуг	<p>Содержание учебного материала:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реклама товаров и услуг, способы продвижение товара, изучение рынка, 4Р 2. Прямой маркетинг, выставки-ярмарки. 3. Брэнддинг, основные термины имиджевой рекламы. <p><i>Лексика:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с имиджевой рекламой - лексика делового общения. <p><i>Грамматика:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - условные предложения 0 и 1 типа - условные предложения 2 и 3 типа -повторение времен активного залога - грамматические конструкции типичные для делового стиля. - изучение способов исследования рынка. Подготовка отчета. - подготовка описания товара, поста в соц. сетях, информации для выставки, составление диалогов. - изучение особенностей имиджевой рекламы на примере разных брендов. Перевод описания товара и слоганов. 	10	ОК01, ОК 02, ПК.1.1, ПК.1.2.
Самостоятельная работа	<p>“Advertising media on the Internet”-написать сообщение</p> <p>“The Internet and Advertising”- прочитайте и письменно перевести текст</p> <p>“The most effective ways to promote goods and services”-написать эссе</p>	6	
Раздел 4. Рекламной кампании.		30	
Тема 4.1. Разработка рекламной кампании.	<p>Содержание учебного материала:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рекламный бриф. 2. Планирование рекламной кампании, ее этапы. 3. Определение целевой аудитории. <p><i>Лексика:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - профессионально-ориентированная лексика; - Лексика, используемая для написания брифов - лексика делового общения. <p><i>Грамматика:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - страдательный залог - грамматические конструкции типичные для делового стиля. - чтение рекламных брифов, составление проектов брифов. 	10	

	- составление схемы этапов рекламной кампании. - изучение и составление портрета целевой аудитории.		ПК.1.2., ПК.1.3. ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
Тема 4.2. Оценка эффективности рекламной кампании	Содержание учебного материала: 1. Анализ рынка. 2. Изучение конкурентов. 3. Оценка эффективности <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - Лексика, используемая для написания аналитических отчетов - лексика делового общения. - описание компаний конкурентов по плану. <i>Грамматика:</i> - согласование времен -прямая и косвенная речь Контрольная работа, обобщающий тест	14	
Самостоятельная работа	“Choose a famous commercial and tell about it”-составить сообщение “The role of colour in advertising”-написать доклад “Creating social advertising” - создать рекламный ролик	6	
Всего:		138	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения: кабинет иностранного языка.

Оснащение учебных кабинетов и лабораторий установлено в соответствии с протоколом Методического совета факультета: Протокол № 5 от 24.12.2025 г.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники

- 1 Куряева, Р. И. Английский язык. Лексика и грамматика : учебник для среднего профессионального образования / Р. И. Куряева. — 8-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 497 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16553-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568527>
- 2 Маньковская, З. В. Английский язык : учебное пособие / З. В. Маньковская. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 200 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/22856. - ISBN 978-5-16-012363-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2128443>

Дополнительные источники

- 1 Дюканова, Н. М. Английский язык : учебное пособие / Н.М. Дюканова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 319 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013886-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1933138>

Электронные ресурсы

- 1 Abby Lingvo Live [Электронный ресурс] Англо-русский. Русско-английский словарь. - URL: <https://www.lingvolive.com/en-us>
- 2 Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]- англо-английский словарь. - URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/>
- 3 Cambridge Dictionary. Grammar [Электронный ресурс] – статьи по грамматике английского языка. - URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/>
- 4 Learn English. British Council - The United Kingdom's international organisation for cultural relations and educational opportunities. / Интернет-ресурс – British Council, 2024 — URL: <https://learnenglish.britishcouncil.org/>

5 Видео уроки по английскому языку / Проект Английский язык онлайн — Native English // Интернет-ресурс – ENGV.RU, 2024— URL:
<https://engv.ru/category/grammar/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
<p>Знания: лексический и грамматический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода текстов профессиональной направленности (со словарем); общеупотребительные глаголы (общая и профессиональная лексика); правила чтения текстов профессиональной направленности; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; правила речевого этикета и социокультурные нормы общения на иностранном языке; формы и виды устной и письменной коммуникации на иностранном языке при межличностном, межкультурном и профессиональном взаимодействии; методы исследований для создания и реализации рекламного продукта на иностранном языке; принципы планирования рекламных кампаний на иностранном языке.</p>	<p>«Отлично» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко.</p> <p>«Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.</p> <p>«Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки.</p> <p>«Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.</p>	<p>Знания: – письменный и устный опрос, – тестирование, – дискуссия, – выполнение упражнений, – составление диалогов, – участие в диалогах, ролевых играх, – практические задания по работе с информацией, документами, профессиональной литературой.</p> <p>Умения: – дискуссия, – выполнение упражнений, – составление диалогов, – участие в диалогах, ролевых играх; – практические задания по работе с информацией, документами, профессиональной литературой.</p>
<p>Умения: строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; взаимодействовать в коллективе, принимать участие в диалогах на общие и профессиональные темы; применять различные формы и виды устной и письменной коммуникации на иностранном языке при межличностном, межкультурном и</p>		

<p> профессиональном взаимодействии; понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на общие и базовые профессиональные темы; понимать тексты на базовые профессиональные темы; составлять простые связные сообщения на общие или профессиональные темы; общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; переводить иностранные тексты профессиональной направленности (со словарем); самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас; определять целевую аудиторию и целевые группы; проводить анализ объема рынка; проводить анализ конкурентов на иностранном языке. </p>		
--	--	--