

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

Кафедра № 63

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель направления

Д.Э.Н., доц.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«21» мая 2019 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Иностранный язык профессионального общения»

(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 социально- политической сфере
Форма обучения	заочная

Санкт-Петербург– 2019

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

доц., к.фил.наук

(должность, уч. степень, звание)



(подпись, 15.05.2019)

М. А. Чиханова

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 63

«15» мая 2019 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 63

к.ф.н.,доц.

(уч. степень, звание)



(подпись, 15.05.2019)

М.А. Чиханова

(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 42.03.01(01)



Д.Э.Н.,доц.

(должность, уч. степень, звание)

(подпись, 15.05.2019)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Заместитель директора института (декана факультета) № 6 по методической работе



доц.,к.п.н.,доц.

должность, уч. степень, звание

16.05.2018

И.М. Евдокимов

инициалы, фамилия

Аннотация

Дисциплина «Иностранный язык профессионального общения» входит в образовательную программу высшего образования по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в социально-политической 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)»

УК-5 «Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах»

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/ английский, немецкий, французский.

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 создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять внутренние коммуникации в организации; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеть принципами формирования системы коммуникации; анализировать систему коммуникационных связей в организации УК-4.В.1 владеть навыками делового общения, осуществлением устными и письменными коммуникациями, в том числе на иностранном языке; представлением планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий; владеет технологией построения эффективной коммуникации в организации; передачей профессиональной информации в информационно-телекоммуникационных

		сетях; использованием современных средств информационно-коммуникационных технологий
Универсальные компетенции	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.В.1 Владеть английским языком и другим иностранным языком, организацией продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; преодолением коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; выявлением разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия
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, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.3.1 знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

2. Место дисциплины в структуре ОП

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

– «Иностранный язык»,

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении всех дисциплин учебной программы:

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	
		№6	№7
1	2	3	4
Общая трудоемкость дисциплины,	7/ 252	3/ 108	4/ 144

ЗЕ/ (час)			
Аудиторные занятия , всего час.	16	8	8
в том числе:			
лекции (Л), (час)			
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	16	8	8
лабораторные работы (ЛР), (час)			
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)			
экзамен, (час)	9		9
Самостоятельная работа , всего (час)	227	100	127
Вид промежуточной аттестации: 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 6					
Раздел 1. Реклама. Рекламные компании.		4			50
Раздел 2. Связи с общественностью как инструмент рекламной деятельности.		4			50
Итого в семестре:		8			100
Семестр 7					
Раздел 3. Деловое письмо и типы PR текстов		8			127
Итого в семестре:		8			127
Итого		16			227

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)	№ раздела дисциплины
Семестр 6				
1	Реклама. Рекламные	Решение практических задач	4	1

	компании			
2	Связи с общественностью как инструмент рекламной деятельности.	Решение практических задач	4	2
Семестр 7				
3	Деловое письмо.	Решение практических задач	4	3
4	Типы PR текстов	Решение практических задач	4	3
Всего			16	

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)	№ 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 6, час	Семестр 7, час
1	2	3	4
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	97	40	57
Курсовое проектирование (КП, КР)			
Расчетно-графические задания (РГЗ)			
Выполнение реферата (Р)			
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	25	10	15
Домашнее задание (ДЗ)	75	35	40
Контрольные работы заочников (КРЗ)	20	10	10
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	10	5	5
Всего:	227	100	127

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)
	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: https://znanium.com/catalog/product/937882	
	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: https://znanium.com/catalog/product/1150855	
	Гришаева, Е. Б. Деловой иностранный язык / ГришаеваЕ.Б., МашуковаИ.А. - Краснояр.: СФУ, 2015. - 192 с.: ISBN 978-5-7638-3296-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/550490	
	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: https://znanium.com/catalog/product/760140	

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

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

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

URL адрес	Наименование
http://www.alleng.ru/english/	Учебники и словари английского, немецкого и французского языков

http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=691&p=117 http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=691&p=8651 http://studiorum.ruscorpora.ru/ http://www.ruscorpora.ru/ http://www.slovari.ru/ http://www.exactus.ru/	Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы
www.stufen.de www.deutsch-als-fremdsprache.de/ http://www.hueber.de/shared/uebungen/schritte/lerner/uebungen	Немецкий язык
www.onelook.com	Справочные системы, словари и энциклопедии
www.bbc.co.uk	BBC Learning English
www.nytimes.com	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
	Не предусмотрено

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

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

9. Материально-техническая база

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

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Аудитория для практических занятий Компьютерный класс	Аудитория укомплектована специализированной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории

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

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

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

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену.
Зачет	Список вопросов.

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"> – 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

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
	направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– 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
	Содержание экзамена
	<p>1. Полная и точная письменная передача на русском языке профессионально- ориентированного текста. Объем текста 1000-1200 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 1800-2000 п.зн. Пользоваться словарём не разрешается, время выполнения – 15 минут.</p> <p>3. Участие в ситуативно-обусловленной беседе (без времени на подготовку).</p> <p>Текст для письменного перевода</p> <p>Marketing</p> <p><i>By Carol Wilson</i></p> <p>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 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</p> <div> support and communication. 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. </div>

	<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>Текст для устного изложения</p> <p>What is the brand?</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 (MZHК) 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
1.	ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ НА НАПИСАНИЕ ДЕЛОВОГО ПИСЬМА 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.
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
	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
	Не предусмотрено

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

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
1.	<p>I. Welcome to the World of Public Relations.</p> <p>1.1 Writing as an integral part of the public relations. The Public Relation Writer. Objectives. Audiences. Channels. Writing Guidelines. Outlining. Sentences and Paragraphs. Word Length Word Choice. Errors to Avoid. Spelling. Jargon. Poor Sentence Structure. Wrong Words. “Sound – alike” Words. Redundancies. Too Many Words. Too Many Numbers. Hype. Bias. Politically Incorrect Language.</p> <p>1.2 How to influence people. Public Opinion. Attitudes and Opinions. Building Public Opinion. Receiver. Media. Sender. Message. Theories of Communication. Persuasive Writing. Audience Analysis. Source Credibility. Appeal to Self-Interest. Clarity of the Message. Timing and Context. Symbols, Slogans and Acronyms. Semantics. Suggestions for Action. Content and Structure. Surveys and Polls. Examples. Testimonials.</p> <p>1.3 How to get publicity. Media Coverage and Barriers to it. What Makes News. Timeliness. Prominence. Proximity. Significance. Unusualness. Human Interest. Conflict. Newness. Finding</p>

	<p>News. Internal News Sources External News Sources. Generating News. The Creativity Factor. Trend Stories. Special Events. Rallies and Protests. Product Demonstration. Contests. Personal Appearances.</p> <p>1.4 Law and Public Relations.</p> <p>Examples of Legal Problem. Libel and Slander. Invasion of Privacy. Releases for Advertising and Promotion. Regulations of government Agencies. Copyright Law. Fair Use and Infringement. Guidelines for Using Copywriter Materials. Trademark Law. Contract Considerations. Client Contracts. Freelancer Contracts. Facilities Contracts. Working with Lawyers. Ethics and Professionalism. Additional Exercises.</p>
2.	<p>II. Working with the Media</p> <p>2.1 Media Dependence on Public Relations. 2.2 Public Relations Dependence on the Media. 2.3 Areas of Friction.</p> <p>2.4 Effective Media Relations.</p> <p>2.5 Crisis Communication.</p> <p>2.6 Tips and Background Materials.</p> <p>2.7 Meeting the Press.</p> <p>2.8 Getting on the Editorial Page.</p>
3.	<p>III. Advertising</p> <p>3.1 Advantages and Disadvantages of Advertising. 3.2 Types of Public Relations Advertising.</p> <p>3.3 The Basics of a Print Ad.</p>
4.	<p>IV. Speakers and Speeches. 4.1 Speakers.</p> <p>4.2 The Nature of a Speech.</p> <p>4.3 Semispeeches.</p> <p>4.4 Speechwriting.</p>
5.	<p>Begriff der Öffentlichkeitsarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definitionen der PR - PR- Ziele - PR- Rolle im Unternehmen
6.	<p>PR als Kommunikationsinstrument</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationspolitik - Marketing und PR - Marketing- Mix
7.	<p>Werbung als Kommunikationsinstrument</p> <ul style="list-style-type: none"> - Begriff, Aufgabe der Werbung - Werbeziele - Bestimmung der Werbeobjekte
8.	<p>Bestimmung der Werbemittel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auswahl der Werbeträger - Werbung und Massenmedien - Werbung im Dienst der Unternehmen
9.	<p>Begriff und Bedeutung der Werbung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Werbeziele - Werbemittel - Werbeträger

10.	Werbeobjekte - Werbebudgets - Verteilung des Werbebudgets - Kontrolle der Werbeplanung
11.	Kommunikation im virtuellen Raum - Internet - Videokonferenz - Weltnetz

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 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 обучающимися 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

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

Наряду с формированием умений и навыков в процессе практических занятий обобщаются, систематизируются, углубляются и конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность и готовность использовать теоретические знания на практике, развиваются интеллектуальные умения. При выборе содержания и объема практических занятий следует исходить из сложности учебного материала для усвоения,

из внутрипредметных и межпредметных связей, из значимости изучаемых теоретических положений для предстоящей профессиональной деятельности, из того, какое место занимает конкретная работа в процессе формирования целостного представления о содержании учебной дисциплины.

Практические задания могут носить:

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

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

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

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

На практических занятиях могут применяться следующие формы работы:

- Фронтальная - все студенты выполняют одну и ту же работу;

- Групповая - одна и та же работа выполняется группами из 2-5 человек;

- Индивидуальная - каждый студент выполняет индивидуальное задание.

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

Для повышения эффективности проведения практических и семинарских занятий рекомендуются:

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

- Разработка дифференцированных заданий с учетом индивидуальных особенностей обучающихся;

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

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

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

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

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

Порядок подготовки практического занятия

- Изучение требований программы дисциплины,

- Формулировка цели и задач практического занятия,

- Разработка плана проведения практического занятия,

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

- Обеспечение практического занятия методическими материалами, техническими средствами обучения,

- Определение методов, приемов и средств поддержания интереса, внимания, стимулирования творческого мышления студентов,
- Моделирование практического занятия.

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

В структуре практического занятия традиционно выделяют следующие этапы: организационный этап, контроль исходного уровня знаний (обсуждение вопросов, возникших у студентов при подготовке к занятию; исходный контроль (тесты, опрос, проверка письменных домашних заданий и т.д.), коррекция знаний студентов), обучающий этап (педагогический рассказ, предъявление инструкций по выполнению заданий, выполнения методик и др.), самостоятельная работа студентов на занятии, контроль конечного уровня усвоения знаний, заключительный этап. Контроль знаний студентов, полученных на практическом занятии, является наиболее ответственной частью занятия, так как определяет степень достижения цели.

В завершении занятия преподаватель резюмирует содержание занятия, используя упрощенные формулы запоминания, отвечает на вопросы, дает оценку работы группы, отмечает успешных и недостаточно подготовленных студентов, сообщает тему следующего занятия, задает домашнее задание.

11.2. 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.

Необходимыми условиями для самостоятельной работы студентов являются следующие:

1. мотивация самостоятельной работы
1. поэтапное планирование самостоятельной работы
2. наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;
3. консультационная помощь преподавателя;
4. система регулярного контроля качества выполненной самостоятельной работы.

Проверка контроля качества выполненной самостоятельной работы студента осуществляется путем проведения контрольных опросов и тестов. Кроме этого, используется такая форма контроля, как отчет по модулю.

Контроль самостоятельной работы студентов осуществляется посредством проверки индивидуальных заданий. Контроль самостоятельной работы студентов рекомендуется проводить после изучения каждого раздела учебной программы.

Рекомендации по организации самостоятельной деятельности студентов

Эффективность обучения во многом зависит от правильной организации самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа студентов имеет обобщенно-повторительный, тренировочный и контрольный характер.

Студентам предлагается выполнение следующих видов самостоятельной работы:

1) Чтение и перевод текстов различных жанров согласно тематике, составление тематического глоссария по прочитанному тексту.

Описание последовательности действий студентов:

- Неоднократно прочитать текст вслух, отработать технику чтения.
- Обратить внимание на чтение трудных слов (после текстов часто указываются трудные слова с транскрипцией).
- Перевести текст с английского языка на русский. В случае затруднения устного перевода студентам рекомендуется перевести текст письменно, что позволит в классе внести некоторые коррективы. Рекомендуется для перевода использовать одноязычные и двуязычные словари.

2) Комментирование лексико-грамматического материала текста. Студенты должны уметь объяснять на английском языке значение (значения) слов/выражений/конструкций и приводить примеры.

3) Выполнение различного рода тренировочных упражнений по закреплению тематической лексики.

Описание последовательности действий студентов:

Лексические упражнения выполняются письменно в рабочей тетради. После проверки упражнений в аудитории студенты готовят чтение переводных упражнений с листа.

4) Выполнение различного рода коммуникативных упражнений по закреплению тематической лексики.

Описание последовательности действий студентов:

Студентам рекомендуется сначала записать коммуникативное высказывание (ответ на вопрос, пересказ текста, и др.) в письменной форме, затем отработать это высказывание в устной форме. Можно рекомендовать студентам записывать свой ответ дома на магнитофон с его последующим прослушиванием.

5) При подготовке пересказа текста обратить внимание на структурирование (выделить части, главную идею и главных персонажей, высказать свою точку зрения).

6) Выполнение контрольных работ (диктантов, лексических и грамматических тестов).

11.3. 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.

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

1 Complete these sentences about brands and products with the missing word.

1. 1 The I _____ our consumers have of the brand is one of youth, life and excitement!
2. 2 I've invited all the journalists to the product l _____ next month.
3. 3 What we need is a well-known tennis player to e _____ our new range of leisure wear.
4. 4 You simply can't change the n _____ of the brand after fifty years!
5. 5 James Bond films are great for product p _____ – especially luxury goods.
6. 6 We can expect a product l _____ of about five years on this model.
7. 7 The danger with putting our name on other products and brand s _____ is that the brand loses value.
8. 8 The brand l _____ of our customers is incredible. Some of them wear

18

	nothing but a product with our name on it. 9 Here's our brochure with the new r _____ of products for next year. 10 Coca-cola is an example of global brand a _____. There isn't a country that doesn't know what a coke is.
15	Each phrase contains a mistake. Write the phrase correctly. 21. 21 How do you feel to this idea? _____? 22. 22 How do you think of the proposal? _____? 23. 23 What's you opinion? _____? 24. 24 I'm not thinking it's a good idea. _____. 25. 25 I'm agree with you. _____. 26. 26 Absolutely! I think it so too. _____. 27. 27 I think we should to do it. _____. 28. 28 How about find someone else for the job? _____? 29. 29 I know what do you mean.

	<p>_____.</p> <p>30. 30 I'm afraid but I can't agree.</p> <p>_____.</p>
16	<p>Read the article and decide if these statements are true or false.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 1 British companies are failing to spend money on modernising their businesses. 2. 2 Large numbers of companies have invested in new IT equipment. 3. 3 The press have reported on many unsuccessful projects. 4. 4 LS took over Calcot. 5. 5 LS recently took over its rival. 6. 6 Bilton's is a successful partnership. 7. 7 Small and medium-sized businesses need to negotiate better. 8. 8 Parts-2-go and Delkon are working closely together. <p>Changes in business operations</p> <p>By Alan Rodger</p> <p>British companies are investing huge amounts of money in making changes to their traditional business practices. The main aims behind this investment are to increase the quality of services provided, while reducing prices.</p>

The demand for available and skilled IT resources in the UK is so great that many customer services companies have decided to outsource contracts to low-cost countries, such as India, in order to meet this demand.

So, what are the challenges and opportunities that outsourcing presents? There have been many newspaper stories of failed projects and broken-down relationships between customers and the service companies who have outsourced contracts. Probably the most famous of these stories was LS, who had agreed a ten-year deal to provide services for Tilkin. This ended earlier this year, when LS was replaced by Calcot. However, it was not all bad news and LS behaved professionally and helped to ensure the successful takeover of the service by its rival, so the only problems reported were minor ones.

The main goal of investing in outsourcing is to improve the quality of customer services, and to lower the cost of operations at the same time. One example of a successful outsourcing partnership is Bilton's. Almost two years ago the company started outsourcing services to a consortium of companies. The deal with the consortium is for five years. Payments are made to the consortium if it reaches its targets – it has to deliver a two percent improvement in customer satisfaction annually.

There are huge opportunities for small and medium-sized businesses to make savings by using shared services. For instance, organisations with similar requirements can negotiate to use the same service provider. This would mean that the costs for each company would be reduced through savings of scale. This is the model behind a deal recently announced for a joint venture between Parts-2-go and Delkon.

Partnerships are great opportunities to show what can be achieved with open minds, shared interests, and a commitment to better and cheaper services. Perhaps the experience of the past can actually help make changes for the future.

(from The Financial Times)

GLOSSARY

consortium, *noun, sing.* a combination of two or more large international companies, which join together for a special _common purpose.

Some of the underlined phrases in the telephone conversation below contain errors. Find and correct them. If a phrase is correct, put a tick in the space next to that line.

Bob: Good morning. Easy electrics.

Alexis: Hello. I'd like speaking with Bob Baker, please

39 _____

Bob: Bob Baker speaking.

Alexis: Oh, hello. My name's Alexis Draper

40 _____

We've got a meeting on Wednesday, but I'm afraid something's come to.

Bob: No problem. How if Thursday?

Alexis: Sorry, I can't make it then. Could we meet on Friday

_____ at eleven?

Bob: That's OK to me.

Alexis: Good. So I'll see you on Friday. _____ 45

Bob: OK then, Bye.

Alexis: Bye.

C Complete the conversation using the sentences (a–e).

41

	<p>Woman: Hello Boris. Nice to see you again.</p> <p>Man: _____</p> <p>Woman: _____ 48</p> <p>Man: _____</p> <p>Woman: Oh yes. Maxlite manufactures bags, doesn't it?</p> <p>Man: _____</p> <p>Woman: _____</p> <p>Man: Thanks very much – I will.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. a) I'm working there at the moment. Let me give you my card. Give me a call when you are in London next. 2. b) Not too bad, thanks. Where are you working these days? 3. c) I'm with Maxlite. I'm in the sales department. 4. d) You too! How are you? 5. e) That's right. We've got branches throughout the UK, so I'm hoping to work in London at some point.
17	<p>A You have received the following e-mail. Write a short reply (40 to 50 words). Include the following points:</p> <ul style="list-style-type: none"> • thank Mandy for the invitation • explain that you are not available for the meeting as you are on a course • accept the lunch invitation and arrange a time and date <p>Paul Healey Subject:</p> <p>Project Meeting Dear Paul</p> <p>I just wanted to check you're available for the project meeting on December 19 at 14.30. Do you fancy lunch sometime next week? We could go to Brown's, the new place in the town centre perhaps? I've attached a copy of their menu.</p> <p>Mandy</p>

Read Part 1 of the article. Match the headings (a–e) to the paragraphs (11–15). Write the letter in the space provided.

1. a) Good publicity for companies
2. b) Growing importance of ethical business
3. c) CSR in the transport sector
4. d) Helping to attract and keep employees
5. e) Ethics in a variety of sectors

18 Read Part 2 of the article on the following page and complete the gaps (16–20) with the missing sentences (a–e).

21

Corporate Social Responsibility: an issue for recruits

By Mike Scott

11

_____ Climate change, human rights and child labour. A few years ago, companies would have found these issues irrelevant. However, as the world has become better informed, companies have had to take more account of their non- financial impact on society and corporate social responsibility (CSR) has become crucial to a company's success.

12

_____ But do graduates pay any attention to this – and is it having any effect on the career choices they make? Peter Davies, deputy chief executive of Business in the Community, the UK charity that aims to improve the company's impact on society, says that commitment to CSR does help companies attract new recruits. 'Companies seen to be managing aspects of corporate responsibility are able to retain and recruit better staff.'

13

_____ Sectors at the forefront of CSR 'are those addressing global issues such as human rights, poverty and HIV/Aids, some of the big issues in society,' Professor Warhurst of Warwick Business School says. 'Those are the attractive employers. They're exciting, they're doing something completely different – and they're the ones in the press.'

14

_____ She gives the example of the logistics sector as one that has welcomed the challenges of ethical business. 'Many train, freight and air services – among them DHL and FedEx – are helping hurricane victims in the Caribbean. TPG, the Dutch logistics group, invests heavily in the World Food Programme and has introduced a staff volunteering programme.'

15

_____ Different types of companies are having to face different issues, she says, 'Retail companies are there on ethical supply chain management, oil and mining companies are getting there on land rights, etc, while companies are working on environmental issues.'

	<p>1. a) So, on the one hand there is a group who want to feel that something is being done.</p> <p>2. b) This might be ethical investment or environmental consultancy, for instance.</p> <p>3. c) That made them think much more deeply about what they wanted from a job.</p> <p>4. d) They're faced with a big pay package, a glamorous company with lots about CSR.</p> <p>5. e) Only time will tell if interest in business ethics will continue to increase.</p> <p>The effort is worthwhile, she believes. 'People think of companies doing these things as better companies and might choose them over others.'</p> <p>Anne-Marie Martin, director of the University of London careers service, agrees, but says that for many the interest in CSR 'started in the last recession, when students saw their twenty-three. _____</p> <p>students, though, 'won't touch particular areas because they are not socially responsible. These students do think quite deeply about this. They're very serious about things like the arms trade, the tobacco industry, the third world and green issues. _____¹⁸</p> <p>On the other there are also those who are just interested in money.'</p> <p>Over recent years there has certainly been a huge growth in careers in areas related to CSR. parents being made redundant. _____</p> <p>Corporate scandals such as Enron and Anderson also made students look twice at some high-flying financial careers, but Ms Martin says 'They're generally aged twenty-one to</p> <p>In addition, a recent survey reported that, among new</p> <p>_____ employees, the qualities employees most value in a company are clear vision and ethical values. _____</p> <p>You're not going to look too hard at it.' Some</p> <p><i>(From The Financial Times)</i></p>
19	<p>You work for a PR consultancy. You have been asked to write a press release for the Bright sparks Supermarket chain. Use the notes you made during a recent meeting with the company. Write 120 to 140 words.</p>

11.4. 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».

– дифференцированный зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся при изучении дисциплины, при выполнении курсовых проектов, курсовых

работ, научно-исследовательских работ и прохождении практик с аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

- При подготовке к аттестации следует не только разобраться в материале, но попробовать, не подглядывая в конспекты или учебники, изложить письменно наиболее существенные понятия, утверждения, формулы по каждому разделу программы, составить план-конспекты ответов на экзаменационные вопросы.
- На экзамене в процессе подготовки к ответу прежде, чем приступить к подробному изложению ответа на вопрос, следует составить (письменно или устно) план предстоящего ответа.

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

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