

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе:

ФИО: Хоружий Людмила Ивановна

Должность: Директор Института экономики и управления АПК

Дата подписания: 07.07.2023 13:32:03

Уникальный программный ключ:

1e90b132d9b04dce67585160b015dddfe2cb1e6a9



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ АПК

Кафедра ИНОСТРАННЫХ И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Экономики и управления АПК
Л.И. Хоружий
“ 7 ” август 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.02.01 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

для подготовки магистров

ФГОС ВО

Направление 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность: «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации»

Курс I-II

Семестр 1, 2, 3

Форма обучения: очная

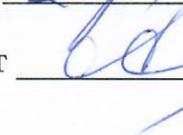
Год начала подготовки: 2022

Москва, 2022

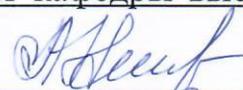
Разработчики:

Фомина Т.Н., ст. преподаватель  «29» 08 2022г.

Сидорова Е.Н., преподаватель  «29» 08 2022г.

Зайцев А.А., к. филол. н., доцент  «29» 08 2022г.

Рецензент: Е.В. Неискашова, к. п. наук, доцент кафедры высшей математики института экономики и управления АПК

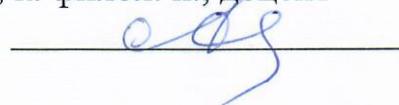


«29» 08 2022 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и учебного плана 2022 года начала подготовки.

Программа обсуждена на заседании кафедры иностранных и русского языков протокол № 1 от «29» августа 2022 г.

И.о. зав. кафедрой иностранных языков Зайцев А.А., к. филол. н., доцент



Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии института экономики и управления АПК

Т.Н. Гупалова, к.э.н., доцент



«30» 08 2022 г.

И.о. заведующего выпускающей кафедрой связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

Гнездилова Елена Валерьевна, к.ф.н., доцент



«30» 08 2022 г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ



СОДЕРЖАНИЕ

	Аннотация	4
1	Цель освоения дисциплины	5
2	Место дисциплины в учебном процессе	6
3	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	7
4	Структура и содержание дисциплины	14
	4.1. Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам	14
	4.2. Содержание дисциплины	14
	4.3 Лекции/ практические занятия	19
5	Образовательные технологии	26
6	Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины	27
	6.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности	28
	6.2 Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания	40
7	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	42
	7.1 Основная литература	42
	7.2 Дополнительная литература	43
8	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	43
9	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	44
10	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	46
11	Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины	47
	11.1 Виды и формы отработки пропущенных занятий	49
12	Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине	49

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.О.02.01 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» Направленность «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации»

Цель дисциплины – дальнейшее формирование языковой и коммуникативной компетенций, достаточных для изучения зарубежного опыта в профилирующей области науки, а также способности и готовности к адекватному речевому взаимодействию в профессионально-деловой и социокультурной сферах общения, позволяющих участвовать в межкультурной коммуникации, успешно осуществлять познавательную поисковую и творческую самообразовательную деятельность, направленную на языковое и межкультурное саморазвитие.

Наряду с практической целью – обучение общению – данный курс также ставит образовательные и воспитательные цели, т.е. формирование межкультурной функциональной грамотности (знания о национальном менталитете, социально – культурном укладе, образе и стиле жизни народов стран изучаемого языка, культурно – исторических ценностях и достижениях, деловом этикете и особенностях бизнес – поведения).

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»-

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции (индикаторы): УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2

Содержание дисциплины: тематические разделы и темы изучаемого языкового материала ориентированы на дальнейшее формирование и развитие умений студентов осуществлять как академическое (научное), профессионально ориентированное, так и социокультурное общение с целью обмена опытом и информацией; охватывает круг вопросов, связанных с интерпретацией текстов научного и делового типов, оформления и публичного представления результатов научно-исследовательской работы; включает работу со словарями, справочниками и электронными ресурсами.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы (216 ак/часов)

Промежуточный контроль по дисциплине: зачет 1 и 2 семестры, экзамен –3 семестр

1. Цели освоения дисциплины

Цифровая трансформация отечественной высшей школы является одним из приоритетных направлений развития современной российской системы образования. Меняются требования, предъявляемые к качеству образования, происходит переориентация оценки результата образования с понятий «подготовленность», «образованность» на понятия «компетенция», «компетентность» студентов. Современный специалист должен самостоятельно ставить и решать учебно-познавательные задачи индивидуального поиска, разработки и использования информационных ресурсов, информационных и коммуникативных технологий как для моделирования и осуществления инновационного образовательного процесса, так и личностно-профессионального саморазвития. Для того чтобы быть востребованным на рынке труда, человеку необходимо следовать современным тенденциям, следить за развитием новых технологий (цифровых инструментов, «сквозных» технологий). Практика реализации современных информационных технологий в курсе «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» позволит активизировать познавательную деятельность студентов, усилить мотивацию, аудиторную и самостоятельную работу, позволит адаптировать учебный процесс под потребности обучающихся, индивидуальные траектории изучения материала.

Цель дисциплины – дальнейшее формирование языковой и коммуникативной компетенций, достаточных для изучения зарубежного опыта в профилирующей области науки, а также способности и готовности к адекватному речевому взаимодействию в профессионально-деловой и социокультурной сферах общения, позволяющих участвовать в межкультурной коммуникации, успешно осуществлять познавательно поисковую и творческую самообразовательную деятельность, направленную на языковое и межкультурное саморазвитие.

Наряду с практической целью – обучение общению – данный курс также ставит образовательные и воспитательные цели, т.е. формирование межкультурной и цифровой функциональной грамотности (к первой относят знания о национальном менталитете, социально – культурном укладе, образе и стиле жизни народов стран изучаемого языка, культурно – исторических ценностях и достижениях, деловом этикете и особенностях бизнес – поведения; ко второй - знания в области использования информационно-коммуникационных технологий (далее - ИКТ) на уровне уверенного и продвинутого пользования, включая владение ИКТ, поиском, построением и передачей информации, презентацией выполненных работ, основами информационной безопасности использования средств ИКТ и сети Интернет.).

Задачи, соответствующие уровню сформированности лингвистической и профессиональной компетенции магистра, – умение выделять из всех предлагаемых источников профессионально значимую информацию, аргументировано излагать собственную точку зрения по профессиональным вопросам, участвовать в дискуссиях по специальной проблематике, выступать с докладами и сообщениями на международных семинарах и конференциях. Таким образом, вносится основополагающий вклад в формирование также и профессиональной компетенции, поскольку будущие магистры приобретают знания и навыки, по-

звolyающие им выполнять задачи профессионального характера, используя иностранный язык в качестве средства достижения целей профессиональной деятельности.

Применение цифровых инструментов в процессе обучения иностранному языку позволит сформировать у будущих педагогов профессионального обучения знания и умения в области электронного обучения (цифровой дидактики), технологий дистанционного обучения, навыки в подготовке мультимедийных интерактивных дидактических материалов для профильных дисциплин (например, экономика), гибких онлайн-курсов (ЦОР), работы с интернет-сервисами для онлайн-обучения (смешанного обучения), массовыми открытыми образовательными курсами и образовательными платформами.

Рассмотрение «сквозных» технологий будет способствовать формированию знаний студентов о современных информационных технологиях в разных отраслях экономики.

Практические задачи курса состоят в том, чтобы развить у магистрантов умение:

- систематически следить за иноязычной научной и технической информацией по соответствующему направлению подготовки, активно используя средства современных информационных технологий (информационно-коммуникационных технологий), цифровых технологий и инструментов, «сквозных» технологий (большие данные, искусственный интеллект, машинное обучение, технологии беспроводной связи и др.);
- достаточно свободно читать и понимать зарубежные первоисточники по своей специальности и извлекать из них необходимые сведения;
- оформлять извлечённую информацию в удобную для пользования форму в виде аннотаций, переводов, рефератов и т.п., используя средства современных информационных технологий (информационно-коммуникационных технологий);
- вести беседу на иностранном языке, связанную со сферой профессиональной деятельности, с научной работой и повседневной жизнью, при необходимости пользуясь средствами цифровых технологий и инструментов, «сквозных» технологий.

Наряду с практической целью, курс «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» 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 других стран и народов.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» включена в обязательную часть дисциплин Б1.О. учебного плана. Она реализуется в соответствии с требованиями ФГОС ВО и Учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации».

Дисциплина преподается на первом и втором курсах обучения в магистратуре (1, 2, 3 семестры) и взаимосвязана с другими дисциплинами учебного плана.

Предшествующим курсом, на котором непосредственно базируется дисциплина «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» для подготовки магистров, является базовый курс вузовского обучения иностранному языку в объёме, необходимом для подготовки бакалавров. Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» может рассматриваться как этап подготовки к изучению дисциплины «Иностранный язык» аспирантуре.

Для изучения дисциплины студент должен:

знать: 1) лексику и грамматику иностранного языка на уровне, достаточном для разговорного общения; 2) профессиональную лексику на элементарном уровне, достаточном для поиска и анализа иностранных источников информации;

уметь: 1) достаточно свободно общаться на иностранном языке на разговорно-бытовом уровне; 2) аудировать, читать и переводить тексты среднего уровня сложности на иностранном языке; 3) искать и анализировать иностранные источники профессионально-ориентированной информации, используя сайты информационных ресурсов.

Успешное освоение программы предполагает достижение обучаемыми уровня B2/ B2+ «второго порогового уровня»/ «второго порогового продвинутого уровня» владения иностранным языком (документ Совета Европы «Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, преподавание, оценка» (2003 г.)), т.е. сформированности языковой коммуникативной компетенции, достаточной для изучения зарубежного опыта в профилирующей области науки, а также для делового профессионального общения.

Особенностью дисциплины является разделение курса на два раздела: «социально-культурная сфера общения» (общеразговорный язык) и «профессионально деловая сфера общения» (язык для академических и специальных целей).

Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенции (индикаторов компетенции), представленной/ых в таблице 1.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. Знает современные коммуникативные технологии, необходимые для академического взаимодействия на русском и иностранном языке	<ul style="list-style-type: none"> - достаточно широкий словарный запас, позволяющий описывать и/ или выражать точку зрения по общим и профессиональным вопросам; - широкий спектр языковых функций как официального, так и неофициального регистра общения; - способы обобщения и интерпретации полученных результатов по заданным или определённым критериям, применяя информационные технологии в системном подходе (цифровые технологии и инструменты) при решении поставленных задач (Canva, Google форма, MS Office, LMS Moodle, Zoom, Miro, Kahoot, LearningApps, Movavi, Mentimeter, Stepik, Открытое образование, Coursera, Quizlet, Vix, Tilda, Online test pad, Mindmup, Symbaloo ;); - как извлекать необходимую информацию из высокоспециализированных источников в сфере профес- 	-	-

				сиональных интересов;		
			<p>УК-4.2. Владеет современными коммуникативными технологиями в профессиональной сфере</p>	-	-	<p>-- специальной терминологией, используемой в научных текстах, на иностранном языке;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками передачи на иностранном языке сообщения в форме монологического высказывания (в рамках указанной тематики) и обмениваться информацией в процессе диалогического общения (в соответствии с целями, задачами и условиями речевого взаимодействия, а также в связи с содержанием прочитанного/ прослушанного текста), осуществляя при этом определённые коммуникативные намерения в рамках речевого этикета; - навыками работы с новыми информационными технологиями; - способностью реферирования и аннотирования на-

						<p>учной литературы на иностранном языке при необходимости используя цифровые коммуникации WhatsApp, Telegram, Zoom;</p> <p>- навыками перевода и научного редактирования профессиональных текстов с иностранного и на иностранный язык;</p>
2	ОПК-1	<p>Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<ul style="list-style-type: none"> - один из иностранных языков на уровне необходимом для решения профессиональных задач выпускника магистратуры; - грамматические основы ИЯ, обеспечивающие коммуникацию общего и профессионального характера без искажения смысла при письменном и устном общении; - общие принципы организации и функционирования языков; - виды представления информации на иностранном языке; - способы передачи на иностранном языке информации и идей как по абстрактной, так и по конкретной тематике; 	-	

			<p>ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей цифровых систем</p>	<ul style="list-style-type: none"> - правила речевого этикета; основы публичной речи; применение диалогической и монологической речи в сфере профессиональной коммуникации; - культуру и традиции стран изучаемого языка; - принципы самостоятельной работы со специальной литературой на иностранном языке с целью получения профессиональной информации; - как выражать свои мысли и мнения в межличностном, деловом и профессиональном общении на иностранном языке 	<ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно работать со специальной литературой на иностранном языке с целью получения профессиональной информации; - применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности; - вести беседу, выступать с публичными сообщениями и докладами; составлять аннотации, рефераты, тезисы, сообщения, деловые письма с помощью ИКТ; 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом и профессиональном общении на иностранном языке активно используя цифровые технологии и инструменты; - навыками воспринимать новые впечатления, новых людей, идей, обществ, культур, проявлять интерес к ним;
--	--	--	--	--	---	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зач. ед. (216 ак/ часов), их распределение по видам работ по семестру представлено в таблице 2.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	час	в т.ч. по семестрам		
		№ 1	№ 2	№ 3
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	216	108	36	72
1. Контактная работа:	54,9	26,25	12,25	16,4
в том числе:				
практические занятия (ПЗ)	52	26	12	14
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,9	0,25	0,25	0,4
консультация	2			2
2. Самостоятельная работа (СР)	161,1	81,75	23,75	55,6
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям в том числе творческая и научно-исследовательская работа, лексико-грамматические тесты, участие в ролевой игре, проектной деятельности, написание эссе, подготовка докладов и сообщений применяя информационные технологии в системном подходе (цифровые технологии и инструменты) при решении поставленных задач, написание тезисов и статей, подготовка презентации)	118,5	72,75	14,75	31
Подготовка к зачету с оценкой	42,5	9	9	24,5
Вид промежуточного контроля:		зачет	зачет	экзамен

4.2 Содержание дисциплины

Основой построения программы является разделение курса на два раздела: «социально-культурная сфера общения» (общеразговорный язык) и «профессионально деловая сфера общения» (язык для академических и специальных целей). Изучение данных разделов может идти последовательно или строиться нелинейно с учетом внутренней логики конкретной рабочей программы. Возможны некоторые изменения в зависимости от уровня языковой компетентности студентов и с учетом особенностей изучаемого языка (английский, немецкий или французский). Для каждого раздела определены: 1) тематика учебного общения; 2) проблемы для обсуждения; 3) типичные ситуации для всех видов устного и письменного речевого общения.

Оба раздела связаны между собой в учебном процессе наличием общих грамматических тем и необходимостью овладения сходными синтаксическими явлениями и базовыми речевыми навыками.

В аспекте «Общеразговорный язык» осуществляется дальнейшее формирование и развитие навыков восприятия звучащей (монологической и диалогической) речи, развитие навыков чтения и письма. Обучение общему языку ве-

дется на материале произведений речи неспециализированной (бытовой и обще познавательной) тематики, а также страноведческого и культурологического характера. Активное использование ИКТ будет способствовать формированию и развитию мотивации учебной деятельности, коммуникативной компетенции, а также повышению качества и уровня обученности учащихся.

В аспекте «Язык для академических и специальных целей» осуществляется развитие навыков чтения специальной литературы с целью получения информации, знакомство с основами реферирования, аннотирования и перевода литературы по специальности, развитие основных навыков письма для подготовки публикаций и ведения деловой переписки. Использование новых информационных технологий при изучении материала данного раздела сместит акценты в сторону формирования оптимальных способов самостоятельной деятельности обучающихся (проектирование, исследовательская и экспериментальная деятельность). Обеспечит необходимую базовую подготовку учащихся по основным направлениям применения информационно - коммуникационных технологий. Позволит более эффективно использовать имеющиеся информационные, технические и временные (человеческие) ресурсы.

Содержание курса составляют иноязычные произведения речи, на базе которых совершенствуются речевые навыки и умения: чтение, перевод, аннотирование, реферирование, говорение, аудирование, письмо.

Фонетика, лексика и грамматика актуализируются одновременно с видами речевой деятельности на основе этих же учебных материалов.

Чтение. Работа с оригинальной литературой научного характера (изучение статей, монографий, рефератов), материалами по специальности. Совершенствование умения чтения предполагает обучение различным видам чтения иноязычных источников: чтение с полным охватом содержания и чтение с общим охватом содержания (ориентировочное, поисковое, изучающее).

Устная речь. Первоочередное внимание уделяется аудированию (пассивному, активному, на базе магнитофонной записи). Говорение включает: воспроизведение прочитанного или услышанного, описание схем, таблиц, характеристика событий или явлений, выступления на заданную тему, краткие сообщения, выступления с презентацией, рефератом или докладом на иностранном языке, участие в диалоге или беседе профессионального характера, понимание высказываний профессионального/ научного характера.

Письмо. Развитие умения писать на иностранном языке включает: составление плана к прочитанному, изложение содержания в письменном виде (аннотирование, реферирование), написание тезисов, отзывов, рецензий статей, деловых писем.

Обучение всем видам речевой деятельности ведётся постоянно, в единстве с овладением фонетическим и лексико-грамматическим материалом.

Лексика. К концу курса лексика должна составлять 3500 – 4000 единиц, из них 2000 – 2500 единиц - лексика для развития чтения, стилистически нейтральная, научная (по широкому и узкому профилю), 1000 – 1500 единиц общей и бытовой тематики для развития устной речи. Рекомендуемое соотношение лексических единиц различного характера может меняться.

Грамматика включает грамматические темы, необходимые для чтения, перевода и редактирования, структуры простого, распространённого и сложного предложения, союзное и бессоюзное подчинение, сложные синтаксические

конструкции научной и деловой речи, обороты с неличными глагольными формами, многоэлементные конструкции и др.

Тематика материалов для обучения различным видам речевой деятельности: узкопрофессиональная, научная.

Таблица 3

Наименование разделов и тем дисциплины (укрупненно)	Всего	Аудиторная работа		Сам. работа
		ПЗ	ПКР	
1 семестр				
Раздел 1: социально-культурная сфера общения				
Тема 1. Студенческая жизнь в России и за рубежом. Вхождение России в Болонский процесс. Основные тренды и вызовы цифровой экономики и образования. Открытое образование. Готовность молодых специалистов к профессиональному использованию информационных и телекоммуникационных технологий.	14	4		10
Тема 2. Академическая мобильность. Международные и российские программы поддержки молодых ученых. Участие в международных конференциях/ встречах и семинарах	14	4		10
Раздел 2: профессиональная сфера общения				
Тема 3. Что такое PR и реклама? Основные профессиональные термины и понятия в PR и рекламе	16,75	4		12,75
Тема 4. История становления и развития PR и рекламы в России и мире.	14	4		10
Тема 5. Виды СМИ и их анализ воздействия на массовую аудиторию: Стратегия и тактика использования СМИ и других видов массовой коммуникации в PR и рекламе	14	4		10
Тема 6. Сравнительный анализ PR с другими видами коммуникативной деятельности	12	2		10
Тема 7. Основные виды PR-мероприятий и каналы выхода рекламы на различные аудитории	14	4		10
Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,25		0,25	
Подготовка к зачету	9			9
Всего за 1 семестр	108	26	0,25	81,75
2 семестр				
Раздел 3: социально-культурная сфера общения				
Тема 8. Значение иностранного языка в научной и профессиональной деятельности. Основы делового общения на иностранном языке.	8	4		4
Тема 9. Современная система деловой коммуникации. Обмен информацией Цифровые технологии работы с текстовой и числовой информацией. Организация совместной работы с документами в облаке	7	4		3
Раздел 4: профессиональная сфера общения				
Тема 10. Избранное направление профессиональной деятельности. Профессиональная карьера. Работа и обязанности.	5	2		3

<i>Межкультурные различия.</i>				
Тема 11. Информационные технологии 21 века. Сбор, обработка, анализ и отображение данных в режиме реального времени. Определение информационных рисков, опасностей, угроз. Информационные войны. Инсайдерский фактор.	6,75	2		4,75
Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,25		0,25	
Подготовка к зачету				9
Всего за 2 семестр	36	12	0,25	23,75
3 семестр				
Раздел 5: социально-культурная сфера общения				
Тема 12. Информационные технологии в PR и рекламе	8	2		6
Раздел 6: профессиональная сфера общения				
Тема 13. PR и реклама в бизнесе. Понятие имиджа. Формирование, развитие и продвижение имиджа средствами PR.	6	2		4
Тема 14. PR и реклама в политической сфере. PR и реклама в органах государственной власти и местного самоуправления	7	2		5
Тема 15. PR и реклама в сфере АПК	12	4		8
Тема 16. Основы аннотирования и реферирования. Визуализация информации. Подготовка и защита презентации. Технологии работы с графической информацией Технологии работы с мультимедийной информацией	12	4		8
Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,4		0,4	
Консультации перед экзаменом	2		2	
Подготовка к экзамену	24,6			24,6
Всего за 3 семестр	72	14	2,4	55,6
Итого по дисциплине	216	52	2,9	161,1

1 семестр

Раздел 1: социально-культурная сфера общения

Тема 1. Студенческая жизнь в России и за рубежом Вхождение России в Болонский процесс. Основные тренды и вызовы цифровой экономики и образования. Современное состояние науки в избранной области знаний. Открытое образование. Готовность молодых специалистов к профессиональному использованию информационных и телекоммуникационных технологий. Роль высшего образования для развития личности. Уровни высшего образования. Квалификации и сертификаты. История и традиции моего вуза. Известные ученые и выпускники моего вуза. Научные школы моего вуза.

Программа «Цифровая экономика», проект «Кадры для цифровой экономики. Цифровые компетенции. Цифровая грамотность. «Сквозные» технологии. Искусственный интеллект в адаптивном и персонализированном обучении, автоматическом оценивании.

Групповое обсуждение. Форма контроля: Опрос в Google форма, Mentimetr

Тема 2. Академическая мобильность. Участие в международных конференциях/ встречах и семинарах. Международные и российские программы поддержки молодых ученых. Открытое европейское пространство высшего образования. 2 основных вида академической мобильности: внутренняя и международная. Задачи академической мобильности. Цель развития программ академи-

ческой мобильности. Признание квалификаций и документов об образовании. Студенческие международные контакты: научные, профессиональные, культурные. Возможности дальнейшего продолжения образования. Особенности учебного процесса в разных странах. Межкультурные различия. Национальные культуры. Стереотипы восприятия и понимания различных культур. Студенческие международные контакты: научные, профессиональные, культурные.

Раздел 2: профессиональная сфера общения

Тема 3. Что такое PR и реклама? Определение. Цели PR

Определение связей с общественностью зарубежными и отечественными учеными и специалистами. Современные вопросы и проблемы теории и практики связей с общественностью Принципы деятельности связей с общественностью, классификация направлений и сферы их деятельности

Основные профессиональные термины и понятия в связях с общественностью. Понятие общественного мнения. Определение общественности. Определение целевой и ключевой аудитории. Аудитория или общественность Экономическое, финансовое сообщество, политическая, социокультурная, клерикальная, профессиональная среда – их особенности и характеристика.

Тема 4. История становления и развития PR и рекламы в России и мире.

Причины и особенности возникновения и развития связей с общественностью. Тенденции развития PR-деятельности в целом, а также корпоративного PR. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.

Тема 5. Виды СМИ и их анализ воздействия на массовую аудиторию: Стратегия и тактика использования СМИ и других видов массовой коммуникации в связях с общественностью. СМИ, киноиндустрия, театр, социальные сети Интернет и т.д. Виды СМИ: печатные, электронные (радио и телевидение), информационные агентства, Internet-СМИ. центральные, региональные, местные, общ-полит., деловые, специализированные, специальные, корпоративные, таблоидные. Преимущества и недостатки каждого вида СМИ с точки зрения связей с общественностью. Медиапланирование.

Тема 6. Сравнительный анализ PR с другими видами/ направлениями коммуникативной деятельности. PR и реклама, PR и пропаганда, PR и продвижения продаж, PR и паблисити. Различия и сходства в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря.

Тема 7. Основные виды PR-мероприятий и каналы выхода на различные аудитории. Понятие special events. Разработка и реализация корпоративных мероприятий. Организация и проведение внутрикорпоративных акций. Мероприятия для СМИ: пресс-конференция и брифинг, пресс-тур, тематический образовательный семинар, конкурс среди журналистов на лучший материал, пресс-завтрак, эксклюзивные интервью, видеоконференции и телемосты, информационное спонсорство. Создание новостных поводов, организация презентаций, выставок, ярмарок, дней открытых дверей, пресс-завтраков.

2 семестр

Раздел 3: социально-культурная сфера общения

Тема 8. Значение иностранного языка в научной и профессиональной деятельности. Языковое многообразие мира. Статус иностранного языка в мире (в различных социально-политических, профессиональных и культурных контекстах). Научные журналы. Подготовка тезисов докладов, выступлений, научных статей на иностранном языке. Поиск научной информации.

Тема 9. Обмен информацией. Бизнес-планирование. Ведение переговоров. Способы представления и знакомства. Обмен информацией. Использование различных видов мобильной связи. *Деловая переписка.* Стиль делового письма. Виды делового письма: Стиль электронного сообщения. Фразы, клише электронного письма.

Бизнес-план. Механизмы и инструменты управления предприятием. Обоснование экономической целесообразности направления развития фирмы (организации). Конкурентоспособность предприятия.

Переговоры. Типы и структура. Стиль ведения переговоров. Стратегия и тактика переговоров. Способы преодоления конфликтов. Социокультурные особенности переговорного процесса. Культурные различия в ведении переговоров. Решение проблем.

Раздел 4: профессиональная сфера общения

Тема 10. Избранное направление профессиональной деятельности. Профессиональная карьера. Работа и обязанности. Межкультурные различия. Система подготовки педагогов в области информатизации образования. Факторы, влияющие на получении удовлетворения от работы. Личностное развитие и перспективы карьерного роста. *Корпоративная культура.*

Тема 11. Информационные риски. Определение информационных рисков, опасностей, угроз. Понятие информационных войн. Понятие инсайдерского фактора. Виды негативной информации - критическая, искаженная, фальсифицированная, клеветническая/

3 семестр

Раздел 3: социально-культурная сфера общения

Тема 12. Информационные технологии в PR и рекламе. Научно-технический прогресс и его достижения в сфере информационных технологий. Плюсы и минусы всеобщей информатизации общества. Основные направления развития информационных технологий. Предпосылки и последствия научных открытий и изобретений. Социальная ответственность ученого за результаты своего труда. Роль информационных технологий в экономическом, социальном и культурном развитии стран и регионов. Важность фотографий и их использование в PR и рекламе

Тема 13. PR и реклама в бизнесе. Понятие имиджа. Формирование, развитие и продвижение имиджа средствами PR. Роль и задачи PR в бизнесе. Оценка эффективности данной деятельности. Формирование имиджа организации: название, символ, девиз, фирменный стиль. Связи с общественностью в формировании корпоративной культуры

Тема 14. PR в политической сфере. PR в органах государственной власти и местного самоуправления. PR-технологии. Технологии агитационно-пропагандистского типа. PR-технологии в избирательной кампании.

Тема 15. PR и реклама в сфере АПК

Специфика PR и рекламы в АПК, связанная с особенностями агропромышленной сферы в целом (товары жизненной необходимости, скоропортящиеся товары; несовпадение рабочего периода с периодом производства; взаимосвязь производства продукции с основным средством и предметом производства; многообразие форм хозяйствования; разнообразие товарного ассортимента).

Многоаспектные задачи. Дифференцированные разноплановые подходы,

Тема 16. Основы аннотирования и реферирования. Визуализация информации. Подготовка и защита презентации. Технологии работы с графической информацией Технологии работы с мультимедийной информацией Структура презентации. Презентации для выступления на научно-практической конференции. Требования к языку презентации. Подготовка стендового и устного докладов. Составление мини-презентации. Типы представления презентации: публичные и персональные. **Аннотирование и реферирование.** Написание аннотаций, тезисов, докладов, отчетов, заявок и др.

Программные средства обработки графической информации. Технология обработки растровых изображений. Технология обработки векторных изображений. 3-D графика и технологии ее обработки. 3D-принтер. (Piktochart, Google SketchUp, Adobe Photoshop, CorelDraw)

Технологии работы с мультимедийной информацией

Технологии работы с видео. Программы для создания 3D-анимации. 3D-моделирование объектов. Технология Flash (DAZ Studio, iClone, Aurora 3D Animation Maker. Gif анимация). Программы для записи видео-уроков Free Screen Video Recorder, iSpring Free Cam. Zoom, Movavi.

В тематическом построении курса возможны некоторые изменения в зависимости от уровня языковой компетентности студентов и с учетом особенностей изучаемого языка (английский, немецкий или французский).

4.3 Лекции и практические занятия

Содержание лекций, практических занятий и контрольные мероприятия

Таблица 4

№ п/п	№ раздела	№ и название практических занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия
<i>Раздел 1: социально-культурная сфера общения</i>				
Тема 1. Студенческая жизнь в России и за рубежом Вхождение России в Болонский процесс. Основные тренды и вызовы цифровой экономики и образования. Современное состояние науки в избранной области знаний. Открытое образование. Готовность молодых специалистов к профессиональному использованию информационных и телекоммуникационных технологий.				
1	ПЗ 1. 2 ак/ч	Роль высшего образования для развития личности. Уровни высшего образования. Квалификации и сертификаты. История и традиции моего вуза. Известные ученые и выпускники моего вуза. Научные школы моего вуза.	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	Устные и письменные творческие задания; Темы для публичного выступления/проекта; Лексико-грамматический тест с помощью ИКТ; Тематическая информация из Интернет источников с целью использования ее на занятии в индивидуальных и групповых сообщениях);
	ПЗ 2. 2 ак/ч	Программа «Цифровая экономика», проект «Кадры для цифровой экономики. Цифровые компетенции. Цифровая грамотность. «Сквозные» технологии. Искусственный интеллект в		

		адаптивном и персонализированном обучении, автоматическом оценивании. Групповое обсуждение. Форма контроля: Опрос в Google форма, Mentimeter		
Тема 2. Академическая мобильность. <i>Международные и российские программы поддержки молодых ученых.</i> <i>Участие в международных конференциях/ встречах и семинарах</i>				
	ПЗ 3. 2 ак/ч	Открытое европейское пространство высшего образования. 2 основных вида академической мобильности: внутренняя и международная. Задачи академической мобильности. Цель развития программ академической мобильности. Признание квалификаций и документов об образовании. Студенческие международные контакты: научные, профессиональные, культурные.	УК 4, ОПК 1	Темы для составления диалога по заданной ситуации; Темы и вопросы для развернутого монолога; Темы для составления мини-презентаций, Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения в группах; Тексты для чтения с элементами аннотирования
	ПЗ 4. 2 ак/ч	Возможности дальнейшего продолжения образования. Особенности учебного процесса в разных странах. Межкультурные различия. Национальные культуры. Стереотипы восприятия и понимания различных культур.		
Раздел 2: профессиональная сфера общения				
Тема 3. Что такое PR и реклама? <i>Основные профессиональные термины и понятия в связях с общественностью.</i>				
2	ПЗ 5. 2 ак/ч	Определение PR и рекламы. Цели PR и рекламы. Определение связей с общественностью зарубежными и отечественными учеными и специалистами. Современные вопросы и проблемы теории и практики связей с общественностью Принципы деятельности связей с общественностью, классификация направлений и сферы их деятельности	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	Темы для составления диалога по заданной ситуации; Темы и вопросы для развернутого монолога; Темы для составления мини-презентаций, Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения в группах; Профессионально-ориентированные статьи для реферативного перевода; Тематическая информация из Интернет источников с целью использования ее на занятии в индивидуальных и групповых сообщениях); Тексты для чтения с элементами аннотирования
	ПЗ 6 2 ак/ч	Понятие общественного мнения. Определение общественности. Определение целевой и ключевой аудитории. Аудитория или общественность Экономическое, финансовое общество, политическая, социокультурная, клерикальная, профессиональная среда – их особенности и характеристика.		

Тема 4. История становления и развития PR и рекламы в России и мире.			
ПЗ 7 2 ак/ч	Причины и особенности возникновения и развития связей с общественностью. Тенденции развития PR-деятельности в целом, а также корпоративного PR.	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	Темы для составления диалога по заданной ситуации; Темы и вопросы для развернутого монолога; Темы для составления мини-презентаций, Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения в группах; Профессионально-ориентированные статьи для реферативного перевода; Тематическая информация из Интернет источников с целью использования ее на занятии в индивидуальных и групповых сообщениях);
ПЗ 8 2 ак/ч	Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике в России и за рубежом.		
Тема 5. Виды СМИ и их анализ воздействия на массовую аудиторию:			
ПЗ 9 2 ак/ч	Стратегия и тактика использования СМИ и других видов массовой коммуникации в связях с общественностью. СМИ, киноиндустрия, театр, социальные сети Интернет.	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	Темы для составления диалога по заданной ситуации; Темы и вопросы для развернутого монолога; Темы для составления мини-презентаций, Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения в группах; Профессионально-ориентированные статьи для реферативного перевода; Тематическая информация из Интернет источников с целью использования ее на занятии в индивидуальных и групповых сообщениях); Тексты для чтения с элементами аннотирования
ПЗ 10 2 ак/ч	Виды СМИ: печатные, электронные (радио и телевидение), информационные агентства, Internet-СМИ. центральные, региональные, местные, общ-полит., деловые, специализированные, специальные, корпоративные, таблоидные. Преимущества и недостатки каждого вида СМИ с точки зрения связей с общественностью. Медиапланирование.		
Тема 6. Сравнительный анализ PR с другими видами/направлениями коммуникативной деятельности			
ПЗ 11 2 ак/ч	PR и реклама, PR и пропаганда, PR и продвижения продаж, PR и паблисити. Различия и сходства в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря.	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	творческая работа (анализ текста, обобщение, структурирование материала); прямые вопросы к аудитории, письменный опрос; изучающее чтение с элементами аннотирования; индивидуальные и групповые сообщения по теме; Визуализация устной и письменной информации Составление мини-презентации
Тема 7. Основные виды PR-мероприятий и каналы выхода на различные аудитории			
ПЗ 12 2 ак/ч	Понятие special events. Разработка и реализация корпоративных мероприятий. Органи-	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	Вопросы для контроля диалогической речи); Темы для проектной деятельности; Те-

		зация и проведение внутри-корпоративных акций.		мы для составления деловых писем; Сценарий ролевой игры с помощью ИКТ; Вопросы и задания прагматического характера; Образцы деловых ситуаций; Темы для эссе, Ситуации для диалогов-интервью/ собеседования; тексты для конкурса на лучший перевод,
	ПЗ 13 2 ак/ч	Мероприятия для СМИ: пресс-конференция и брифинг, пресс-тур, тематический образовательный семинар, конкурс среди журналистов на лучший материал, пресс-завтрак, эксклюзивные интервью, видеоконференции и телемосты, информационное спонсорство. Создание новостных поводов, организация презентаций, выставок, ярмарок, дней открытых дверей, пресс-завтраков.		
	<i>Раздел 3: социально-культурная сфера общения</i>			
	Тема 8. Значение иностранного языка в научной и профессиональной деятельности.			
	ПЗ 14 2 ак/ч	Языковое многообразие мира. Статус иностранного языка в мире (в различных социально-политических, профессиональных и культурных контекстах).	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	Темы для составления диалога по заданной ситуации; Темы и вопросы для развернутого монолога; Темы для составления мини-презентаций, Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Темы для эссе, Материал для анализа и обсуждения в группах; Тексты для чтения с элементами аннотирования
	ПЗ 15 2 ак/ч	Научные журналы. Подготовка тезисов докладов, выступлений, научных статей на иностранном языке. Поиск научной информации.		
	Тема 9. Основы делового общения на иностранном языке.			
3	ПЗ 16 2 ак/ч	Установление контактов. Способы представления и знакомства. Использование телефона и других видов мобильной связи. Начало и завершение разговора. Обмен информацией, назначение встреч, изменение договоренностей. Электронная почта. Стиль электронного сообщения. Фразы, клише электронного письма. Выражение намерения, согласия, подтверждения.	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	Темы и вопросы для развернутого монолога; Вопросы для лек-грам. тестирования, применяя информационные технологии в системном подходе (цифровые технологии и инструменты) при решении поставленных задач; Тексты для чтения с элементами аннотирования; Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения
	ПЗ 17 2 ак/ч	Деловая переписка. Стиль делового письма. Виды делового письма: запросы, подтверждения, напоминания, приглашения, размещение заказа, отмена и внесение изменений в договоренность и др.		
4	Раздел 4: профессиональная сфера общения			
	Тема 10. Избранное направление профессиональной деятельности.			

<i>Профессиональная карьера.</i>			
ПЗ 18 2 ак/ч	Работа и обязанности. Межкультурные различия. Система подготовки специалистов в области рекламы и PR. Факторы, влияющие на получении удовлетворения от работы. Личностное развитие и перспективы карьерного роста. Корпоративная культура.	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	Устные и письменные творческие задания; Темы для публичного выступления/проекта; Лексико-грамматический тест с помощью ИКТ; Тематическая информация из Интернет источников с целью использования ее на занятии в индивидуальных и групповых сообщениях);
Тема 11. Информационные технологии 21 века. Сбор, обработка, анализ и отображение данных в режиме реального времени. Определение информационных рисков, опасностей, угроз. Информационные войны. Инсайдерский фактор.			
ПЗ 19 2 ак/ч	Определение информационных рисков, опасностей, угроз. Понятие информационных войн. Понятие инсайдерского фактора. Виды негативной информации - критическая, искаженная, фальсифицированная, клеветническая/	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	Темы для составления диалога по заданной ситуации; Темы и вопросы для развернутого монолога; Темы для составления мини-презентаций, Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения в группах; Профессионально-ориентированные статьи для реферативного перевода; Тематическая информация из Интернет источников с целью использования ее на занятии в индивидуальных и групповых сообщениях);
Раздел 5: социально-культурная сфера общения			
Тема 12. Информационные технологии в PR и рекламе.			
ПЗ 20 2 ак/ч	Научно-технический прогресс и его достижения в сфере информационных технологий. Плюсы и минусы всеобщей информатизации общества. Основные направления развития информационных технологий. Предпосылки и последствия научных открытий и изобретений. Социальная ответственность ученого за результаты своего труда. Роль информационных технологий в экономическом, социальном и культурном развитии стран и регионов. Важность фотографий и их использование в PR и рекламе	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	Темы для составления диалога по заданной ситуации; Темы и вопросы для развернутого монолога; Темы для составления мини-презентаций Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения в группах; Профессионально-ориентированные статьи для реферативного перевода; Тематическая информация из Интернет источников с целью использования ее на занятии в индивидуальных и групповых сообщениях); Тексты для чтения с элементами аннотирования
Раздел 6: профессиональная сфера общения			
Тема 13. PR и реклама в бизнесе. Понятие имиджа.			

<p>ПЗ 21 2 ак/ч</p>	<p>Формирование, развитие и продвижение имиджа средствами PR. Роль и задачи PR в бизнесе. Оценка эффективности данной деятельности. Формирование имиджа организации: название, символ, девиз, фирменный стиль. Связи с общественностью в формировании корпоративной культуры</p>	<p>УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2</p>	<p>Темы для составления диалога по заданной ситуации; Темы и вопросы для развернутого монолога; Темы для составления мини-презентаций, Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения в группах; Профессионально-ориентированные статьи для реферативного перевода; Тематическая информация из Интернет источников с целью использования ее на занятии в индивидуальных и групповых сообщениях);</p>
<p>Тема 14. PR в политической сфере.</p>			
<p>ПЗ 22 2 ак/ч</p>	<p>PR в органах государственной власти и местного самоуправления. PR-технологии агитационно-пропагандистского типа. PR-технологии в избирательной компании.</p>	<p>УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2</p>	<p>Темы для составления диалога по заданной ситуации; Темы и вопросы для развернутого монолога; Темы для составления мини-презентаций, Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения в группах; Профессионально-ориентированные статьи для реферативного перевода; Тематическая информация из Интернет источников с целью использования ее на занятии в индивидуальных и групповых сообщениях); Тексты для чтения с элементами аннотирования</p>
<p>Тема 15. PR и реклама в сфере АПК</p>			
<p>ПЗ 23 2 ак/ч</p>	<p>Специфика PR и рекламы в АПК, связанная с особенностями агропромышленной сферы в целом (товары жизненной необходимости, скоропортящиеся товары; несовпадение рабочего периода с периодом производства; взаимосвязь производства продукции с основным средством и предметом производства)</p>	<p>УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2</p>	<p>Темы для составления диалога по заданной ситуации; Темы и вопросы для развернутого монолога; Темы для составления мини-презентаций, Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения в группах; Профессионально-ориентированные статьи для реферативного перевода; Тематическая информация из Интернет источников с целью использования ее на занятии в индивидуальных и групповых сообщениях); Тексты для чтения с элементами аннотирования</p>
<p>ПЗ 24 2 ак/ч</p>	<p>Специфика PR и рекламы в АПК, связанная с особенностями агропромышленной сферы в целом (многообразие форм хозяйствования; разнообразие товарного ассортимента). Многоаспектные зада-</p>		<p>Темы для составления диалога по заданной ситуации; Темы и вопросы для развернутого монолога; Темы для составления мини-презентаций, Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения в группах; Профессионально-ориентированные статьи для реферативного перевода; Тематическая информация из Интернет источников с целью использования ее на занятии в индивидуальных и групповых сообщениях); Тексты для чтения с элементами аннотирования</p>

	чи. Дифференцированные разноплановые подходы		
Тема 16. Основы аннотирования и реферирования. Визуализация информации. Подготовка и защита презентации. Технологии работы с графической информацией Технологии работы с мультимедийной информацией			
ПЗ 25 2 ак/ч	Структура презентации. Презентации для выступления на научно-практической конференции. Требования к языку презентации. Подготовка стендового и устного докладов. Составление мини-презентации. Типы представления презентации: публичные и персональные. Аннотирование и реферирование. Написание аннотаций, тезисов, докладов, отчетов, заявок и др.		Темы и вопросы для развернутого монолога; Вопросы для лек-грам. тестирования, применяя информационные технологии в системном подходе (цифровые технологии и инструменты) при решении поставленных задач; Тексты для чтения с элементами аннотирования; Темы для подготовки докладов с использованием мультимедийных средств; Материал для анализа и обсуждения
ПЗ 26 2 ак/ч	Программные средства обработки графической информации. Технология обработки растровых изображений. Технология обработки векторных изображений. 3D-графика и технологии ее обработки. 3D-принтер. (Piktochart, Google SketchUp, Adobe Photoshop, CorelDraw) Технологии работы с мультимедийной информацией Технологии работы с видео. Программы для создания 3D-анимации. 3D-моделирование объектов. Технология Flash (DAZ Studio, iClone, Aurora 3D Animation Maker. Gif анимация). Программы для записи видео-уроков Free Screen Video Recorder, iSpring Free Cam. Zoom, Movavi.	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2	

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

Таблица 5

№ п/п	№ раздела и темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	<i>Раздел 1: социально-культурная сфера общения</i>	
1	Тема 1. Студенческая жизнь в России и за рубежом. Академическая мобильность. Зарубежная поездка. Участие в международных конференциях/ встречах и семинарах. Основные тренды и вызовы цифровой экономики и образования. Современное состояние науки в избранной области знаний. Открытое образование. Готовность молодых специалистов к профессиональному использованию информационных и телекоммуникационных технологий.	
	1) Роль высшего образования для развития личности. Уровни высшего образования. Квалификации и сертификаты. История и традиции моего вуза. Известные ученые и выпускники моего вуза. Научные школы моего вуза.	Подготовить развернутое сообщение о своей студенческой жизни в университете Подготовить развернутое сообщение о своем учебном заведении (бакалавриат, магистратура). (история, направления подготовки, качество обучения, научная база и мате-

	<p>2) Программа «Цифровая экономика», проект «Кадры для цифровой экономики. Цифровые компетенции. Цифровая грамотность. «Сквозные» технологии. Искусственный интеллект в адаптивном и персонализированном обучении, автоматическом оценивании. Групповое обсуждение. Форма контроля: Опрос в Google форма, Mentimeter</p>	<p>риально-техническое обеспечение процесса обучения). Подобрать аутентичную научную статью по заданной теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования. Составить глоссарий по заданной теме Представить доклад/ презентацию по предложенной теме. Найти информацию о зарубежной научной конференции/ форуме/семинаре Подготовка к лексико-грамматическому тестированию Подготовить mind map УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2</p>
<p>Тема 2. Академическая мобильность. <i>Международные и российские программы поддержки молодых ученых. Участие в международных конференциях/ встречах и семинарах</i></p>		
	<p>3) Открытое европейское пространство высшего образования. 2 основных вида академической мобильности: внутренняя и международная. Задачи академической мобильности. Цель развития программ академической мобильности. Признание квалификаций и документов об образовании.</p>	<p>Представить доклад/ презентацию по предложенной теме Подготовить сообщение о выдающихся ученых, которые внесли вклад в изучаемую вами область науки/ специальность УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2</p>
	<p>4) Возможности дальнейшего продолжения образования. Особенности учебного процесса в разных странах. Межкультурные различия. Национальные культуры. Стереотипы восприятия и понимания различных культур. Студенческие международные контакты: научные, профессиональные, культурные.</p>	
<p>Раздел 2: профессиональная сфера общения</p>		
<p>Тема 3. Что такое PR и реклама? <i>Основные профессиональные термины и понятия в связях с общественностью.</i></p>		
<p>2</p>	<p>5) Определение PR и рекламы. Цели PR и рекламы. Определение связей с общественностью зарубежными и отечественными учеными и специалистами. Современные вопросы и проблемы теории и практики связей с общественностью Принципы деятельности связей с общественностью, классификация направлений и сферы их деятельности</p>	<p>Подготовить сообщение о влиянии PR и рекламы на повседневную жизнь людей Подготовить диалог с различным коммуникативным наполнением. Подготовка групповых и индивидуальных проектов; Подготовить мини-презентацию/ доклад по заданной теме;</p>
	<p>6) Понятие общественного мнения. Определение общественности. Определение целевой и ключевой аудитории. Аудитория или общественность Экономическое, финансовое сообщество, политическая, социокультурная, клерикальная, профессиональная среда – их особенности и ха-</p>	<p>Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи. Составить глоссарий по заданной теме УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2</p>

рактеристика.	
Тема 4. История становления и развития PR и рекламы в России и мире.	
7) Причины и особенности возникновения и развития связей с общественностью. Тенденции развития PR-деятельности в целом, а также корпоративного PR.	Подготовить диалог с различным коммуникативным наполнением. Подготовка групповых и индивидуальных проектов; Подготовить мини-презентацию/ доклад по заданной теме;
8) Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике в России и за рубежом.	Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи. Составить глоссарий по заданной теме УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2
Тема 5. Виды СМИ и их анализ воздействия на массовую аудиторию:	
9) Стратегия и тактика использования СМИ и других видов массовой коммуникации в связях с общественностью СМИ, киноиндустрия, театр, социальные сети Интернет и т.д.	Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи.
10) Виды СМИ: печатные, электронные (радио и телевидение), информационные агентства, Internet-СМИ. центральные, региональные, местные, общ-полит., деловые, специализированные, специальные, корпоративные, таблоидные. Преимущества и недостатки каждого вида СМИ с точки зрения связей с общественностью. Медиапланирование.	Составить глоссарий по заданной теме Подготовить диалог с различным коммуникативным наполнением. Подготовить мини-презентацию/ доклад по заданной теме; Подготовка групповых и индивидуальных проектов; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2
Тема 6. Сравнительный анализ PR с другими видами/ направлениями коммуникативной деятельности	
11) PR и реклама, PR и пропаганда, PR и продвижения продаж, PR и паблисити. Различия и сходства в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря.	Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи. Составить глоссарий по заданной теме Подготовить диалог с различным коммуникативным наполнением. Подготовка групповых и индивидуальных проектов; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2
Тема 7. Основные виды PR-мероприятий и каналы выхода на различные аудитории	
12) Понятие special events. Разработка и реализация корпоративных мероприятий. Организация и проведение внутрикорпоративных акций.	Подготовить мини-презентацию/ доклад по заданной теме; Подготовить диалог с различным коммуникативным наполнением.
13) Мероприятия для СМИ: пресс-конференция и брифинг, пресс-тур, тематический образовательный семинар, конкурс среди журналистов на лучший материал, пресс-завтрак, эксклюзивные интервью, видеоконференции и телемосты,	Подготовка групповых и индивидуальных проектов; Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи.

	информационное спонсорство. Создание новостных поводов, организация презентаций, выставок, ярмарок, дней открытых дверей, пресс-завтраков.	Составить глоссарий по заданной теме УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2
	Раздел 3: социально-культурная сфера общения	
	Тема 8. Значение иностранного языка в научной и профессиональной деятельности.	
	14) Языковое многообразие мира. Статус иностранного языка в мире (в различных социально-политических, профессиональных и культурных контекстах).	Подготовить развернутое сообщение на тему – иностранный язык как средство профессионально-ориентированного и делового общения.
	15) Научные журналы. Подготовка тезисов докладов, выступлений, научных статей на иностранном языке. Поиск научной информации.	Подготовить развернутое сообщение о роли и значении иностранного языка для вашей будущей профессиональной деятельности. УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2
	Тема 9. Основы делового общения на иностранном языке.	
3	16) Основы делового общения на иностранном языке. Способы представления и знакомства. Обмен информацией. Использование различных видов мобильной связи. Деловая переписка. Стиль делового письма. Виды делового письма: Стиль электронного сообщения. Фразы, клише электронного письма.	Подготовить свой вариант делового письма по любой предложенной ситуации; Составить (устно или письменно) план действий на основе анализа конкретной деловой или профессиональной ситуации Подготовить сообщение с информацией о себе при приеме на работу/ учебу/ получения гранта. Подготовка CV/ резюме.
	17) Бизнес-план. Механизмы и инструменты управления предприятием. Обоснование экономической целесообразности направления развития фирмы (организации). Конкурентоспособность предприятия. Переговоры. Типы и структура. Стиль ведения переговоров. Стратегия и тактика переговоров. Способы преодоления конфликтов. Социокультурные особенности переговорного процесса. Культурные различия в ведении переговоров. Решение проблем	Подготовить развернутое сообщение о своей будущей профессии, о требованиях, предъявляемых к специалистам, работающим в данной области, и о своих карьерных планах на будущее. подготовить развёрнутое сообщение на иностранном языке о своей учёбе в магистратуре и магистерской научной работе УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2
	Раздел 4: профессиональная сфера общения	
	Тема 10. Избранное направление профессиональной деятельности. Профессиональная карьера.	
4	18) Работа и обязанности. Межкультурные различия. Система подготовки педагогов в области информатизации образования. Факторы, влияющие на получении удовлетворения от работы. Личностное развитие и перспективы карьерного роста. Корпоративная культура.	Составить (устно или письменно) план действий на основе анализа конкретной деловой или профессиональной ситуации Подготовить развёрнутое сообщение о текущих актуальных проблемах и исследованиях в данной научной области Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи. Составить глоссарий по заданной теме УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2
	Тема 11. Информационные технологии 21 века. Сбор, обработка, анализ и отображе-	

	<i>ние данных в режиме реального времени. Определение информационных рисков, опасностей, угроз. Информационные войны. Инсайдерский фактор.</i>	
	19) Определение информационных рисков, опасностей, угроз. Понятие информационных войн. Понятие инсайдерского фактора. Виды негативной информации - критическая, искаженная, фальсифицированная, клеветническая/	Подготовить мини-презентацию/ доклад по заданной теме; Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи. Составить глоссарий по заданной теме УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2
	Раздел 5: социально-культурная сфера общения	
	Тема 12. Информационные технологии в PR и рекламе.	
5	20) Научно-технический прогресс и его достижения в сфере информационных технологий. Плюсы и минусы всеобщей информатизации общества. Основные направления развития информационных технологий. Предпосылки и последствия научных открытий и изобретений. Социальная ответственность ученого за результаты своего труда. Роль информационных технологий в экономическом, социальном и культурном развитии стран и регионов. Важность фотографий и их использование в PR и рекламе	Подготовить сообщение о влиянии научно-технического прогресса и достижений в вашей области исследований на повседневную жизнь людей Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи. Составить глоссарий по заданной теме УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2
	Раздел 6: профессиональная сфера общения	
	Тема 13. PR и реклама в бизнесе. Понятие имиджа.	
	21) Формирование, развитие и продвижение имиджа средствами PR. Роль и задачи PR в бизнесе. Оценка эффективности данной деятельности. Формирование имиджа организации: название, символ, девиз, фирменный стиль. Связи с общественностью в формировании корпоративной культуры	Подготовить мини-презентацию/ доклад по заданной теме; Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи. Составить глоссарий по заданной теме УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2
	Тема 14. PR в политической сфере.	
6	22) PR в органах государственной власти и местного самоуправления. PR-технологии. Технологии агитационно-пропагандистского типа. PR-технологии в избирательной кампании.	Подготовить мини-презентацию/ доклад по заданной теме; Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи. Составить глоссарий по заданной теме УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2
	Тема 15. PR и реклама в сфере АПК	
	23) Специфика PR и рекламы в АПК, связанная с особенностями агропромышленной сферы в целом (товары жизненной необходимости, скоропортящиеся товары;	Подготовить диалог с различным коммуникативным наполнением. Подготовка групповых и индивидуальных проектов;

	<p>несовпадение рабочего периода с периодом производства; взаимосвязь производства продукции с основным средством и предметом производства)</p> <p>24) Специфика PR и рекламы в АПК, связанная с особенностями агропромышленной сферы в целом (многообразие форм хозяйствования; разнообразие товарного ассортимента). Многоаспектные задачи. Дифференцированные разноплановые подходы</p>	<p>Подготовить мини-презентацию/ доклад по заданной теме; Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи. Составить глоссарий по заданной теме УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2</p>
Тема 16. Официальная (информационная) презентация.		
	<p>25) Структура презентации. Презентации для выступления на научно-практической конференции. Требования к языку презентации. Подготовка стендового и устного докладов. Составление мини-презентации. Типы представления презентации: публичные и персональные. Аннотирование и реферирование. Написание аннотаций, тезисов, докладов, отчетов, заявок и др.</p>	<p>Подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности для последующего перевода и аннотирования статьи. Составить глоссарий по заданной теме Подготовить развернутое сообщение о своей дипломной работе (бакалавриат, магистратура). Тема, цели, задачи исследования, результаты, значимость работы Подготовить тезисы и презентацию к участию и выступлению на научно-практической конференции УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2</p>
	<p>26) Программные средства обработки графической информации. Технология обработки растровых изображений. Технология обработки векторных изображений. 3-D графика и технологии ее обработки. 3D-принтер. (Piktochart, Google SketchUp, Adobe Photoshop, CorelDraw) Технологии работы с мультимедийной информацией. Технологии работы с видео. Программы для создания 3D-анимации. 3D-моделирование объектов. Технология Flash (DAZ Studio, iClone, Aurora 3D Animation Maker. Gif анимация). Программы для записи видеороликов Free Screen Video Recorder, iSpring Free Cam. Zoom, Movavi.</p>	

5. Образовательные технологии

Таблица 6

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
1	<p>Тема 1. Студенческая жизнь в России и за рубежом. Академическая мобильность. Зарубежная поездка. Основные тренды и вызовы цифровой экономики и образования. Современное состояние науки в избранной области знаний. Открытое образование. Готовность молодых специалистов к профессио-</p>	<p>Работа в малых группах. Диалоги с различным коммуникативным наполнением. Технология проектного обучения</p>

		<i>нальному использованию информационных и телекоммуникационных технологий.</i>	
2	ПЗ	Тема 2. <i>Академическая мобильность. Международные и российские программы поддержки молодых ученых. Участие в международных конференциях/ встречах и семинарах</i>	Работа в малых группах. Диалоги с различным коммуникативным наполнением. Интерактивный метод: движение студентов по классу с целью сбора информации по предложенной теме). проект с поиском данных в глобальных информационных сетях
3	ПЗ	Тема 3. <i>Что такое PR и реклама? Основные профессиональные термины и понятия в PR и рекламе</i>	Работа с видеосюжетами, Диалоги с различным коммуникативным наполнением, Графическое представление материала, (метод кластерного анализа)
4	ПЗ	Тема 4. <i>История становления и развития PR и рекламы в России и мире.</i>	проект с поиском данных в глобальных информационных сетях, Графическое представление материала (метод кластерного анализа)
5	ПЗ	Тема 5. <i>Виды СМИ и их анализ воздействия на массовую аудиторию: Стратегия и тактика использования СМИ и других видов массовой коммуникации в PR и рекламе</i>	Работа в малых группах. Диалоги с различным коммуникативным наполнением. Графическое представление материала (метод кластерного анализа)
6	ПЗ	Тема 6. <i>Сравнительный анализ PR с другими видами коммуникативной деятельности</i>	проект с поиском данных в глобальных информационных сетях. Работа в малых группах. Диалоги с различным коммуникативным наполнением.
7	ПЗ	Тема 7. <i>Основные виды PR-мероприятий и каналы выхода рекламы на различные аудитории</i>	Работа в малых группах. Диалоги с различным коммуникативным наполнением. Графическое представление материала (метод кластерного анализа), проект с поиском данных в глобальных информационных сетях
8	ПЗ	Тема 8. <i>Значение иностранного языка в научной и профессиональной деятельности.</i>	Работа в малых группах. обсуждение/ дискуссия. эссе. Работа с видеосюжетами
9	ПЗ	Тема 9. <i>Современная система деловой коммуникации. Основы делового общения на ин. языке. Обмен информацией</i>	Работа в малых группах. Диалоги с различным коммуникативным наполнением. эссе, Работа с видеосюжетами
10	ПЗ	Тема 10. <i>Избранное направление профессиональной деятельности. Профессиональная карьера. Работа и обязанности. Межкультурные различия.</i>	Работа в малых группах. Диалоги с различным коммуникативным наполнением. эссе, Работа с видеосюжетами. Деловая игра
11	ПЗ	Тема 11. <i>Информационные технологии 21 века. Сбор, обработка, анализ и отображение данных в режиме реального времени. Определение информационных рисков, опасностей, угроз. Информационные войны. Инсайдерский фактор.</i>	Графическое представление материала (метод кластерного анализа). Работа в малых группах. Диалоги с различным коммуникативным наполнением. проект с поиском данных в глобальных информационных сетях
12	ПЗ	Тема 12. <i>Информационные техноло-</i>	Работа в малых группах. Диалоги с раз-

		<i>гии в PR и рекламе</i>	личным коммуникативным наполнением. Разбор ситуаций из практики (аутентичные тексты). проект с поиском данных в глобальных информационных сетях
13	ПЗ	Тема 13. <i>PR и реклама в бизнесе. Понятие имиджа. Формирование, развитие и продвижение имиджа средствами PR.</i>	Работа в малых группа. Разбор ситуаций из практики (обсуждение/ дискуссия)
14	ПЗ	Тема 14. <i>PR и реклама в политической сфере. PR и реклама в органах государственной власти и местного самоуправления</i>	Диалоги с различным коммуникативным наполнением. Разбор ситуаций из практики (аутентичные тексты). проект с поиском данных в глобальных информационных сетях
15	ПЗ	Тема 15. <i>PR и реклама в сфере АПК</i>	Работа в малых группах. Диалоги с различным коммуникативным наполнением. Работа с видеосюжетами. Графическое представление материала. (метод кластерного анализа)
16	ПЗ	Тема 16. <i>Основы аннотирования и реферирования. Визуализация информации. Подготовка и защита презентации. Технологии работы с графической информацией Технологии работы с мультимедийной информацией</i>	Графическое представление материала (метод кластерного анализа). Проведение презентаций с использованием мультимедийных средств. групповые и индивидуальные проекты Конкурс презентаций

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

Учитывая специфику учебного предмета Деловые и научные коммуникации на иностранном языке, целесообразно различать следующие виды контроля: предварительный, текущий, промежуточный. Все виды контроля составляют единую систему и подготавливают к промежуточной аттестации. По возможности все виды контроля осуществляются с использованием цифровых технологий и инструментов.

Большое значение для успешного обучения имеет предварительный контроль, который позволяет впоследствии выстраивать процесс обучения с учетом исходного уровня подготовки студентов. При знакомстве с новой группой целесообразно фронтально и индивидуально проверить уровень сформированности речевых умений. Возможна также проверка сформированности ключевых языковых навыков и умений. Для реализации предварительного контроля могут использоваться тесты и/или собеседование.

Текущий контроль (осуществляется преподавателем, ведущим практические занятия): устный опрос; микроконтрольные работы; контрольные работы; письменные домашние задания; ролевые игры; анализ деловых ситуаций; устные и письменные творческие задания; подготовка сообщений/ докладов по предложенной теме; подготовка групповых и индивидуальных проектов; тестирование по отдельным разделам дисциплины.

Текущий контроль (осуществляется преподавателем, ведущим практические занятия): устный опрос; микроконтрольные работы; контрольные работы; письменные домашние задания; ролевые игры; анализ деловых ситуаций; уст-

ные и письменные творческие задания; подготовка сообщений/ докладов по предложенной теме; подготовка групповых и индивидуальных проектов; тестирование по отдельным разделам дисциплины.

Промежуточный контроль знаний по дисциплине в конце 1 и 2 семестров (зачет) может проходить

- в комбинированной форме;
- в форме собеседования;
- в форме тестирования (в том числе компьютерного);
- в форме защиты проекта по теме

Промежуточный контроль знаний по дисциплине в конце 3 семестра: (экзамен):

- подготовка и защита презентации;
- выступление с докладом на студенческой научно-практической конференции.

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности
АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

1. Telephone phrases

Match the following to make telephone expressions.

	put	a message?
	repeat	that?
1/ Could you ...	read	that back to me?
	give	me through to (Accounts)?
	take	me your name?
	leave	to Mr. Wilson?
	speak	over that again?
2/ Could I ...	have	extension 103, please?
	check	that?
	go	a message?

2. The e-mails below were sent to a website for office workers. Read them and classify them in the table. Then compare your answers with the partner.

Gossip is good	Mixed feelings	Gossip is bad

A)

A friendly and chatty work environment makes employees happy. This results in a better level of work from employees,

B)

In my place of work gossip is the only way of finding anything out about the company strategy. The management re-

which means the company makes more money. Any employer who bans office gossip will lose money by making the workforce less productive.

James Pittman, England

C)

There's nothing worse than gossip – and it's mostly propagated by women who have nothing better to do than YAP YAP YAP.

Luke McCarthy, Australia

E)

Gossip is what someone, somewhere, doesn't want to know. A delicious pastime – unless you are the one being gossiped about. And certainly not a sackable offence.

Pieter Groot, Netherlands

G)

Isn't freedom of speech a basic human right? However, there's a fine line between harmless and hurtful remarks. I think it's best left to individuals to decide which is which.

Claudia Weber, Germany

fuses to talk to most of the staff.

Janet Jones, Wales

D)

Gossip isn't a bad thing. Is there another way to learn about office politics? I see it is a healthy activity and part of working in an office.

Nicole Martin, France

F)

Having started a new job a year ago. I made an effort never to engage in gossip. If I'm in a group where gossip starts, I find a reason to leave the area. It can be very damaging to your career and general workplace relations.

Sanjay Patel, India

H)

Some of my biggest insights into problems at work have occurred while chatting by the coffee machine. Having a (brief) chat about totally unrelated matters, although not directly productive, can actually improve productivity by breaking up the day a little.

John Mason, Scotland

3. Расположите части делового письма в правильном порядке

FOOD MACHINES

--	--	--	--	--

1. 6 Pine Estate, Bedford Road, Bristol, UB28 12BP

Telephone 9036 174369 Fax 9036 36924

6 August 2005

2. I look forward to hearing from you.

Yours sincerely,

Simon Tramp

Sales Manager

3. Thank you for your letter. I am afraid that we have a problem with your order. Unfortunately, the manufacturers of the part you wish to order have advised us that they cannot supply it until November. Would you prefer us to supply a substitute, or would you rather wait until the original parts are again available?

4. Dear Mr. Sawyer,

5. James Sawyer, Sales Manager, Electro Ltd, Perry Road Estate,
Oxbridge UN54 42KF.

4. Read the text and discuss the following questions with a partner.

a Does your company have any policies on phone use? Does it provide training?

b What functions does your phone have? Do you know how to use them all?

c Do you prefer to use a mobile or a landline?

d “More business is lost through bad service than by poor product performance.” Do you agree?

RINGING IN THE MILLIONS

Companies lose millions of dollars of business through bad telephone handling. A survey found that company switchboards failed to answer one out of five calls within ten rings, or reply to 10 % of calls within 20 rings. Ninety percent of all sales enquiries begin on the telephone, so this is the opportunity to project a healthy company image – one of friendliness, efficiency and professionalism. Staff should be aware that bad telephone behaviour can result in millions of dollars in lost revenue. In the insurance business, for example, failure to answer promptly could see a policy of a quarter of a million dollars go straight to the competition!

A single telephone receptionist can answer as many as 300,000 calls a year. Companies should train personnel in the skills of transferring a call, placing calls on hold, dealing with angry callers, answering correspondence by phone, using a caller’s name, and taking messages correctly. Callers should not hear expressions like “she’s just gone out” or “he’s not with us anymore”. Surveys show that customers want a prompt response by a real person (not a machine) who can make a decision.

For a great many of a firm’s customers, the first – and often the only – impression they carry in their minds is the one generated by the people they talk to on the phone. The quality of a firm’s response to a call is one of the chief factors in creating a perception of good or bad service. And remember, more business is lost through poor service than by poor product performance.

5. Прочитайте текст.

Расположите части текста в правильном порядке

JODIE LAWSON, YOUNG BUSINESSPERSON OF THE YEAR

A Her day begins at 7.15 when the alarm goes off. But she doesn’t often get up straight away. She lies in bed and listens to the news on the radio until 7.30. She usually goes to work by bus, but she sometimes runs.

B She leaves work around seven, but quite often goes to an evening meeting. To relax she likes seeing her friends and family, and enjoys going away at the weekend and getting out of the city. She goes to bed between 11 and midnight.

C Jodie Lawson, Young Businessperson of the Year, is managing director of roundpeg.com, an internet-based recruitment agency.

D Her morning always involves meetings, taking calls from clients and dealing with e-mails. Most days she has lunch at her desk, but sometimes she goes out with a

client, or makes a lunchtime presentation. In the afternoon she is usually out of the office visiting clients.

E She likes running and finds it relaxing. It takes her about 30 to 35 minutes to get to work – about the same as the bus. When she gets to the office, she turns on the computer, reads her e-mail, and has breakfast – a bowl of cereal.

- 1 Section ____
- 2 Section ____
- 3 Section ____
- 4 Section ____
- 5 Section ____

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

1) Укажите, какое из следующих русских предложений соответствует по смыслу немецкому предложению:

Im nächsten Studienjahr sollen wir schon mit der deutschen Fachliteratur arbeiten.

- a) В прошлом учебном году мы уже работали с немецкой литературой по специальности.
- b) В следующем учебном году мы уже должны работать с немецкой литературой по специальности.
- c) В следующем учебном году мы продолжим работу над немецкой литературой по специальности.

1. a; 2. b, c; 3. b; (правильно) 4. 0; 5. c.

2) Укажите, какую из следующих глагольных форм нужно употребить в предложении:

Durch eine hohe Arbeitsproduktivität kann man die Selbstkosten

1. senken; (правильно) 2. steigen; 3. sinken; 4. steigern; 5. stiegen.

3) Укажите номер немецкого слова, не имеющего эквивалента среди русских:

зерновые, решение, пастбище, поддержание, следствие

- 1. die Ackerfläche; (правильно)
- 2. das Getreide;
- 3. die Entscheidung;
- 4. die Folge;
- 5. die Erhaltung

4) Укажите, каким немецким глаголом из числа приведенных ниже можно дополнить следующее предложение:

“Sie ... auch landwirtschaftliche Kulturen ..., vor allem Getreide, Obst, Gemüse, Tabak und Wein.”

- 1. bereiten...vor;
- 2. wachsen...an;
- 3. gedeihen;
- 4. bauen...an; (правильно)
- 5. verarbeiten.

5) Укажите, какое из следующих русских предложений соответствует по смыслу немецкому предложению:

Im Unterschied zu den Kulturpflanzen entwickeln sich die Wildpflanzen ohne Mithilfe des Menschen.

- a) В отличие от культурных растений дикие растения развиваются без помощи человека.
- b) Культурные растения были выведены человеком из диких растений.
- c) В отличие от диких растений культурные растения не могут развиваться без помощи человека.

1. b; 2. c; 3. b, c; 4. a; (правильно) 5. 0.

6) Переведите на русский язык предложения с модальными инфинитивными конструкциями.

- 1. Deutliche Unterschiede zwischen den Beschäftigten und den Selbstständigen waren festzuhalten.
- 2. Die Hauptgründe der Wirtschaftskrise ließen sich durch den harten Konkurrenzkampf erklären.
- 3. Trotz der verlängerten Wirtschaftskrise hatten sie mehr Zuwanderer anzuziehen.
- 4. Die einzelwirtschaftlichen Vorgänge lassen sich im Rahmen der Mikroökonomie und gesamtwirtschaftliche im Rahmen der Makroökonomie klar machen.
- 5. Das Wirtschaften der Menschen ist innerhalb einer bestimmten sozialen Ordnung zu betrachten

7) Заполните пропуски по необходимости. Определите функцию „zu“ и переведите предложения на русский язык.

- 1. Durch Selektion der Pflanzen und Ackerbaumaßnahmen konnten die Bauern ihre Erträge ... steigern.
- 2. Im Gegensatz ... anderen selbständigen Berufen besteht für die Land- und Forstwirte eine eigenständige soziale Sicherung.
- 3. Die Qualität der tierischen Produkte nimmt ständig
- 4. Unter biologischer Schädlingsbekämpfung versteht man die bewusste Einbringung von Viren oder Lebewesen durch den Menschen, um die Population bestimmter („schädlicher“) Tiere oder Pflanzen ... dezimieren.
- 5. Die Bodenfruchtbarkeit ... erhalten liegt im ureigenen Interesse jedes Landwirts.

8) Переведите письмо на русский язык.

Напишите ответ на немецком языке.

Sehr geehrte Damen und Herren,
31.08.2018

die Italienische Handelskammer in München war so freundlich, uns Ihre Anschrift zur Verfügung zu stellen.

Wir sind Hersteller von Damenkostümen und benötigen laufend Wollstoffe guter Qualität in den gängigen Farben. Bitte senden Sie uns so bald wie möglich ein Angebot mit Mustern Ihrer Stoffe und ausführliche Angaben über Lieferzeiten, Preise, Liefer- und Zahlungsbedingungen. Auskünfte über unsere Firma erhalten Sie jederzeit von der Dresdener Bank in München.

Sollten Ihre Erzeugnisse im Hinblick auf Preis und Qualität konkurrenzfähig sein, wären wir an einer dauerhaften Geschäftsverbindung interessiert.

Mit freundlichen Grüßen

Hartmann Co.

Karl Rahner

ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

1. Прочитайте текст.

Заполните пропуски словами в соответствующей форме

préférer (1), suivre (2), vouloir (3), faire (4), se retrouver (5), être (6), emprunter (7), prendre (8), ne pas aimer (9), adorer (10), être (11), ne pas avoir (12), arriver (13).

Maura alla à l'école en bus. Elle ... (1) une école plus proche de la maison, mais sa mère ... (2) sa scolarité à Saint-Vincent et ... (3) que Maura en ... (4) autant. Aussi chaque matin elle ... (5) à l'arrêt du bus. Parfois, quand le bus ... (6) en retard, elle ... (7) un vieux taxi noir, pas un vrai, pas un taxi privé, un que l'on ... (8) à plusieurs pour un coût à peu près équivalent de celui du bus, même si sa mère ... (9) cela. Inutile de préciser que Maura ... (10) les taxis, principalement parce qu'ils ... (11) un peu interdits; mais ce matin-là, elle ... (12) l'occasion d'en prendre un. Le bus ... (13) au bout de quelques minutes.

2. Заполните пропуски словами в соответствующей форме

adroit, pâle, rapide, immobile, dur.

1. En apercevant la cohorte de soldats, Callixus devint ... comme un linge.
2. ... comme une gazelle, il courut prévenir sa mère du danger.
3. Puis, ... comme un singe, il grimpa facilement sur le toit de la maison.
4. Il prit une pierre ... comme un morceau de verre et la jeta sur le chef des soldats, qui s'écroula.
5. Les soldats, ... comme des statues, observaient sans bouger le cadavre de leur chef.

3. Соедините предложения, используя соответствующие относительные местоимения.

- | | |
|---|---|
| Je vais passer l'été avec mes grands-parents. | 1. Je les aime beaucoup. |
| | 2. Ils m'attendent avec impatience. |
| | 3. Je leur ai promis de venir. |
| | 4. J'ai reçu leur lettre il y a deux jours. |
| | 5. Ils ont une maison au bord de la mer. |
| | 6. Leur maison est pleine de chats. |
| | 7. Je suis toujours heureux chez eux. |
| | 8. J'en ai parlé à tous mes amis. |

3. Выберите правильный вариант ответа

- 1) Il a envoyé une carte postale à sa grand-mère. --> Il n'a pas envoyé ___ carte postale à sa grand-mère.
a) une; b) -; c) de
- 2) J'ai vu quelqu'un ce matin. --> ____ .
a) Je n'ai pas vu quelqu'un ce matin. b) Je n'ai vu personne ce matin.
c) Je n'ai pas vu personne ce matin.

- 3) La 5e République existe depuis 1958.
 - a) dix-neuf cent cinquante-huit
 - b) dix-neuf cents cinquante-huit
 - c) dix neuf cent cinquante huit
- 4) En France il y a plus de (58/ million/ habitant).
 - a) 58 millions habitants
 - b) 58 million d'habitants
 - c) 58 millions d'habitants
- 5) Un policier a été (léger) blessé.
 - a) légèrement
 - b) légèrement
 - c) légèrement

4. Выберите вариант с некорректной информацией

- 1) Appelée souvent «Tétragone» à cause de sa forme, la France est un des plus grands états de l'Europe occidentales.
- 2) La France est un pays de plaines et de montagnes.
- 3) La France est une grande puissance industrielle et agricole.
- 4) La France a des frontières communes avec l'Espagne, l'Italie, la Suisse, l'Allemagne, le Luxembourg et la Belgique.

5. Найдите предложение с ошибкой

- 1) Je ne pense pas qu'on puisse y aller ce soir.
- 2) Il faut absolument qu'on y aille.
- 3) Je suis sûr que j'y aille demain matin.
- 4) Bien qu'il soit absent ce soir, il sera avec nous la fois prochaine.

6. Расположите части делового письма в правильном порядке

--	--	--	--	--	--	--	--	--

- 1) Employé fidèle depuis 4 ans, j'ai complété ma formation de polymécanicien par des cours de programmation. Malgré ma courte expérience et grâce à mes compétences créatrices, j'ai collaboré au développement du prototype XB-22 qui permet de travailler de nouveaux matériaux non métalliques. J'ai réalisé la séquence de programmation et effectué les tests de fonctionnement de la machine.
- 2) Monsieur Leboss,
- 3) Paul Postule
Rue de l'Emploi 2
1004 Lausanne
Tél. mobile : 079 111 22 33
Tél. privé : 021 333 22 11
E-mail : Paul_postule@bluewin.ch
- 4) Je me tiens à votre entière disposition pour un entretien, à votre convenance. Dans l'attente de vous rencontrer et de visiter votre atelier, je vous prie d'agréer, Monsieur Leboss, mes salutations les meilleures.
- 5) Offre de collaboration: Polymécanicien
- 6) Monsieur Jacques Leboss
Atelier des Matériaux
Rue du job 25
1000 Lausanne 7
Lausanne, le 12 janvier 2019

7) Paul Postule

8) Désireux d'aller plus loin dans le domaine du développement de nouvelles machines et dans l'exploration de nouveaux matériaux, j'aimerais vivement rejoindre votre petite équipe et vous faire profiter de mes compétences en informatique et de ma vision d'ensemble lors de l'élaboration de prototypes.

9) Un ancien collègue de formation, Monsieur Lami, m'apprend qu'un poste de polymécanicien vient de se libérer au sein de votre entreprise. Comme votre atelier a été entièrement réaménagé et modernisé l'an dernier, j'imagine que vous êtes aussi en quête d'un programmeur à jour sur la dernière version d'Euclid?

Подготовка доклада.

Данное задание имеет индивидуальный характер и даётся только студентам с высоким языковым уровнем (например, прошедшим практику на предприятиях или обучение в университетах за рубежом). Подготовка и представление доклада идет с использованием цифровых технологий, инструментов и образовательных платформ.

От данных студентов требуется, вернувшись из поездки, рассказать о:

- а) её месте прохождения
- б) цели и задачах
- в) сроках
- г) формах организации и видах работы
- д) о полученных новых знаниях, умениях и опыте в профессиональной деятельности.
- е) указать, что наиболее понравилось, было трудно, необходимо.

Типовые темы для беседы на иностранном языке

Подготовка и представление сообщений по данным темам идет с использованием цифровых технологий, инструментов и образовательных платформ.

1. Развернутое сообщение о своей студенческой жизни в университете
2. Развернутое сообщение об учёбе в университете (бакалавриат, магистратура).
3. Рассказать об участии в СНО (студенческое научное общество). Подготовка тезисов и презентации к участию и выступлению на научно-практической конференции.
4. Развернутое сообщение о своей дипломной работе (бакалавриат, магистратура).

Тема, цели, задачи исследования, результаты, значимость работы.

5. Развернутое сообщение об этапах подготовки своей научной работы (бакалавриат, магистратура). Используемые методы, структура.
6. Развернутое сообщение о своем учебном заведении (бакалавриат, магистратура). (история, направления подготовки, качество обучения, научная база и материально-техническое обеспечение процесса обучения).
7. Рассказать о роли научно-исследовательской деятельности в процессе подготовки молодых специалистов.
8. Сообщение о выдающихся ученых, которые внесли вклад в изучаемую вами область науки/ специальность.
9. Сообщение о влиянии научно-технического прогресса и достижений в вашей области исследований на повседневную жизнь людей. Преимущества и недостатки НТП.

10. Сообщение информации о себе при приеме на работу/ учебу/ получения гранта. Подготовка CV/ резюме.
11. Какие советы вы бы дали для подготовки к успешному собеседованию.
12. Развёрнутое сообщение о текущих актуальных проблемах и исследованиях в данной научной области.
13. Развернутое сообщение о своей будущей профессии, о требованиях, предъявляемых к специалистам, работающим в данной области, и о своих карьерных планах на будущее.
14. Развернутое сообщение на тему – иностранный язык как средство профессионально-ориентированного и делового общения.
15. Развернутое сообщение о роли и значении иностранного языка для вашей будущей профессиональной деятельности.

Условие допуска к ЗАЧЕТУ в 1 семестре:

Предоставление отчета о выполнении письменных практических работ.

При подготовке и представлении отчетного материала для допуска к зачету активно используются цифровые технологии, инструменты и образовательные платформы.

В течение первого семестра студент должен:

а) подготовить развёрнутое сообщение на иностранном языке о своей студенческой жизни, учёбе в университете (бакалавриат/ специалитет) и выпускной дипломной работе (тема, цели и задачи исследования, актуальность, используемые методы, структура работы, ожидаемые результаты).

б) самостоятельно подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности или связанной с темой магистерской работы. (объем 2500 – 3000 п.з.). Сделать письменный перевод данной статьи на русский язык. Подготовить реферирование данной статьи (12 – 15 предложений) с использованием шаблонных фраз. Составить глоссарий (75 – 100 слов/ выражений). Проиллюстрировать 5 – 7 понятий.

Аттестационные требования к зачету

1. Письменный перевод со словарём аутентичного научного/ профессионально-ориентированного текста по специальности на русский язык. (объём 1600-1800 п/знаков). Время на подготовку 45 мин.

2. Реферирование и беседа по аутентичному научному тексту (1800 - 2000 п./ знаков), относящемуся к сфере основной профессиональной деятельности. Время на подготовку 25 мин.

3. Беседа по заданной профессиональной ситуации.

Условие допуска к ЗАЧЕТУ во 2 семестре:

Предоставление отчета о выполнении письменных практических работ.

При подготовке и представлении отчетного материала для допуска к зачету активно используются цифровые технологии, инструменты и образовательные платформы.

В течение второго семестра студент должен:

а) подготовить развёрнутое сообщение на иностранном языке о своей учёбе в магистратуре и магистерской научной работе (тема, цели и задачи ис-

следования, актуальность, используемые методы, структура работы, ожидаемые результаты).

б) самостоятельно подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности или связанной с темой магистерской работы. (объем 2500 – 3000 п.з.). Сделать письменный перевод данной статьи на русский язык. Подготовить реферирование данной статьи (12 – 15 предложений) с использованием шаблонных фраз. Составить глоссарий (75 – 100 слов/ выражений). Проиллюстрировать 5 – 7 понятий.

Аттестационные требования к зачёту в конце 2 семестра:

1. Письменный перевод со словарём аутентичного научного/ профессионально-ориентированного текста по специальности на русский язык. (объём 1600-1850 п/знаков). Время на подготовку 45 мин.

2. Реферирование и беседа по аутентичному научному тексту (1800 - 2000 п./ знаков), относящемуся к сфере основной профессиональной деятельности. Время на подготовку 25 мин.

3. Беседа по заданной профессиональной ситуации.

Условие допуска к ЭКЗАМЕНУ в 3 семестре:

При подготовке и представлении отчетного материала для допуска к экзамену активно используются цифровые технологии, инструменты и образовательные платформы.

В течение третьего семестра студент должен:

а) подготовить развёрнутое сообщение на иностранном языке о текущих актуальных проблемах и исследованиях в данной научной области.

б) самостоятельно подобрать аутентичную научную статью по теме, относящейся к сфере основной профессиональной деятельности или связанной с темой магистерской работы. (объем 2500 – 3000 п.з.). Сделать письменный перевод данной статьи на русский язык. Подготовить реферирование данной статьи (12 – 15 предложений) с использованием шаблонных фраз. Составить глоссарий (75 – 100 слов/ выражений). Проиллюстрировать 5 – 7 понятий.

в) подготовить презентацию на иностранном языке о своей магистерской работе

Аттестационные требования к экзамену

1. Письменный перевод со словарём аутентичного научного/ профессионально-ориентированного текста по специальности на русский язык. (объём 1800-1900 п/ знаков). Время на подготовку 45 мин.

2. Публичное представление презентации на иностранном языке о своей магистерской работе или выступление с докладом на иностранном языке о своей магистерской работе на студенческой научной конференции

Аттестационные требования к презентации

1. **Структура.** Структура презентации соответствует общепринятой структуре (Наличие заголовка, фамилия автора, целей, задач, выводов, списка ресурсов и т.д.).

2. **Содержание.** Сформулированы цели, задачи, выводы, отражен в презентации исследовательский характер работы студента, сделаны и обоснованы с научной точки зрения выводы, подведены итоги.

3. **Оформление.** Вставка графиков и таблиц (по необходимости). Использование эффектов анимации, звукового сопровождения. Отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок. Текст легко читается. Презентация не перегружена анимацией и картинками.

4. **Понятность.** Презентация не содержит логических ошибок и понятна практически без комментариев.

5. **Представление материала презентации.** Выступление не является просто чтением текста с экрана, оно дополняет и раскрывает ключевые моменты, представленные на слайдах. Поддерживается зрительный контакт с аудиторией, понимание изложенного материала контролируется с помощью вопросов.

Типовые тексты для перевода и реферирования

NEGOTIATING

Real world is a giant negotiating table and like it or not, you are a participant. Life is full of negotiations indeed and managers are constantly involved in these in the course of their normal work. Their success, in fact, depends on how they handle their daily negotiations with their teams, their peers and their top management and a host of other agencies. Good preparation and a proper technique can make sitting down at the negotiating table a pleasant experience from which both parties gain what they want. This is the so-called 'win-win' rather than a 'win-lose' situation, making negotiation a cooperative effort rather than a competitive process. If and when one of the parties is convinced that there is nothing further to gain, the negotiation process will come to an end.

For negotiation to succeed a manager must first find out what the other side wants and then show them the way that they can get it, whilst they (the manager) are still getting what they want. This is the most satisfactory solution, the 'win-win' equation as noted earlier. It is not always possible, but it is also the only equation acceptable to both parties. So nothing short of that will really do. In negotiating with people of other nationalities, the manager must take into account the cultural differences between them and also their significant national traits. But above all it will be the personal element that is most important. This applies not only at the top but also at the detailed working level, between the members of the team and their counterparts. This kind of feeling cannot be conveyed by telephone or letter.

Thus two tips on negotiation can be given. Firstly, never forget the power of your attitude, since nothing gives a person so much advantage over another as to remain cool and unruffled under all circumstances. Secondly, never judge the actions and motives of others since it is impossible to look into someone's heart or mind.

WHY PUBLIC RELATIONS IS IMPORTANT

We often get asked what makes a successful public relations programme? What does it cost? Does my organization really need it? How long do I need to do it? Can't I do it myself? Why do my competitors always get in the papers? Why do the media get my story wrong? Unless you are a celebrity good public relations just

doesn't happen on its own. It takes a lot of skill, and consistent hard work, over a period of time. It's part art, part science and when practiced correctly the results can be very rewarding. Paid advertising increases name recognition; media relations increases credibility. When people read a story about your organization excellence in a newspaper or see a story praising your company on television, they are much more likely to have a promising opinion of your organization. Because public relations increases credibility, it helps you interest those who want the best. When people have heard of you and have a favourable impression of you, it is easier to attract and hold their attention while you tell your story.

Public relations helps you avoid price competition. If people believe that you are the best, they will understand why it is worth paying your price.

Public relations is also considered by many as the best way to launch a brand or new product. When something is new the media often will write about it because of its news value.

Annual reports are usually associated with public companies. They can, however, be used by any organization with enough to say. Annual reports not only report but they are an important place to publish your strategic messages. Often it is important to hold small neighborhood meetings to explain various portions of a program that will directly or indirectly impact a group of citizens. In addition to an ongoing public relations campaign it may be necessary to reach out to head off any negative publicity caused by lack of accurate information.

Crises are not always necessarily bad. An emergency or controversy may give you the opportunity to reach large numbers of people with your company's perspective. Good or bad, a few things are crucial in handling crises. Advance preparation can turn a rough situation into a smooth operation with the best possible outcome. Have facts & figures ready, make sure spokespeople are well briefed and trained to deal with media, know the media and how to reach them off-hours so that you can proactively address concerns. "No comment" is often the worst comment implying evasiveness or guilt. Be prepared with a response to media inquiries or, if unable to answer, let the media know when an answer will be available. In other words, be prepared and forthright.

HEMEЦКИЙ ЯЗЫК

AUßERORDENTLICH AUFFÄLLIG:

Ein kompletter Bus mit Ihrer Botschaft – was für ein Blickfang: Sie erreichen Fußgänger, Rad- und Autofahrer, Spaziergänger und natürlich Fahrgäste! Mit keinem anderen Außenwerbeträger bauen Sie schneller Reichweite auf. Busse, die nur mit Ihrer Werbung fahren, erzeugen extrem hohe Aufmerksamkeit für Ihr Unternehmen und sichern nachhaltig Kontakte.

Bei der Ganzgestaltung können Sie alle Außenflächen eines Busses für Ihre Werbung nutzen. Die Ganzgestaltung Plus bietet Ihnen sogar noch zusätzlich bis zu 30 Prozent der Fensterflächen für Ihre Werbebotschaft. Die Scheiben werden dabei mit Window-Graphics-Folie beklebt, einer perforierten Spezialfolie. Sie ermöglicht die undurchbrochene Außengestaltung des Busses und ist blickdurchlässig vom Innenraum. Die Ganzgestaltung eignet sich besonders für langfristig angelegte

Kommunikationsziele. Sie macht den Bus zum unübersehbaren Imageträger für Ihr Unternehmen.

Ganzgestaltung auf einen Blick:

- unübersehbarer Imageträger für Ihr Unternehmen (talk-of-town)
- hohe Reichweite · nachhaltige Kontaktsicherung
- keine Ablenkung durch andere Werbetreibende
- besonders geeignet für langfristige Imagewerbung
- hohe Durchsetzungskraft

Wenn Sie nicht gleich einen ganzen Bus gestalten wollen, können Sie auch nur die Fläche unter den Fenstern buchen. da die Busse der swv-Verkehrsbetriebe nicht an eine Linie gekoppelt sind, kommt ihre Botschaft auf täglich wechselnden Strecken zum Einsatz – und Sie an ihr Ziel: ihr Unternehmen im Straßenbild zu präsentieren und hohe Reichweiten zu erzielen. die Stadt quasi im Vorbeifahren zu erobern. Bei der teilgestaltung steht ihnen viel Fläche für die Präsentation von Produkten, Logos oder Slogans zur Verfügung. Direkt unter den Seitenscheiben des Busses oder zusätzlich auf dem Dachrand, also in optimaler Sichthöhe. die teilgestaltung ist der Klassiker in der Verkehrsmittelwerbung. Sie ist völlig unkompliziert und bietet eine kostengünstige alternative zur Ganzgestaltung. dank der geringeren Produktions- und Montagekosten ist die teilgestaltung für große aber auch für kleinere Unternehmen geeignet.

<https://www.stadtwerke-neuss.de/sites/default/files/downloads/pdfs/Nahverkehr/Mediadaten-Verkehrsmittelwerbung-2017.pdf>

POST: AUFREGUNG UM KAMPAGNE GEGEN "KEINE WERBUNG"-AUFKLEBER

WIEN. Die Österreichische Post ist wenige Monate nach dem Datenskandal erneut in die Kritik geraten.

Auslöser ist eine Kampagne gegen die "Keine Werbung"-Aufkleber. "Was soll das?" fragen sich Nutzer auf der Facebook-Seite der Post. Sie erklären, aus Umweltschutzgründen und um Müll zu vermeiden, Flugblätter abzulehnen. Für die Post ist Werbung ein wichtiges, aber rückläufiges Geschäftsfeld.

Laut Geschäftsbericht stellte die Post 2018 rund 3,3 Milliarden unadressierte Werbesendungen, 550 Millionen adressierte Werbesendungen, 723 Millionen Briefe, 342 Millionen Printmedien und 336 Millionen Regionalmedien zu. Das Geschäft mit Werbepost ging gegenüber 2017 um rund 5 Prozent zurück.

Ein Sprecher der Post räumte gegenüber der APA ein, dass in Ballungsräumen die "Keine Werbung"-Aufkleber weiter verbreitet sind als am Land. Deshalb habe man die Kampagne in zwei ausgewählten Wiener Bezirken gestartet. Einen Trend zu den Aufklebern im Zuge der Klimadebatte um "Fridays for Future" und der schwedischen Klimaaktivistin Greta Thunberg kann die Post aber nicht erkennen.

Laut der Plattform Footprint, die unter anderem von WWF, Greenpeace aber auch vom Klimabündnis Österreich sowie dem Umweltbundesamt unterstützt wird, verursachen Postwurfsendungen rund 100 Kilogramm Papiermüll im Jahr. Der Umweltberatung zufolge liegt Österreich beim Papierverbrauch mit über 200 Kilogramm pro Kopf im EU-Spitzenfeld.

Die Post steht vor einem Dilemma: Einerseits investiert das teilstaatliche Unternehmen in Klimaschutzmaßnahmen, andererseits gehört die Zustellung von

Werbung zum Kern des Geschäfts. Der Pressesprecher erklärte, man versuche in diesem "heiß diskutierten Thema" eine Balance zu finden.

Auf die Beschwerden auf Facebook antwortete die Post folgendermaßen: "Das Flugblatt ist der wichtigste Einkaufsratgeber der ÖsterreicherInnen. Dadurch wird die heimische Wirtschaft gestärkt und auch regionale Anbieter gefördert. Werbung soll für alle zugänglich sein, auch für ältere Personen, die keinen Online-Zugriff haben. Ein Großteil der Prospekte besteht mittlerweile aus 100% Recycling-Papier und ist PEFC zertifiziert. Alle Flugblätter werden von der Post CO2 neutral zugestellt."

Die Post bietet im Zuge der Anti-Aufkleber-Kampagne einen kostenlosen Schaber, den "Verzichtervernichter", sowie einen eigenen, größeren Aufkleber "Flugblatt - Ja zu Angeboten!" zum Überkleben an. Die "Keine Werbung"-Aufkleber gibt es kostenlos bei der Plattform Footprint oder um rund zwei Euro in Trafiken. Wer auch adressierte Werbepost loswerden will, kann sich in die sogenannte Robinsonliste der Wirtschaftskammer eintragen.

<https://www.nachrichten.at/panorama/chronik/post-aufregung-um-kampagne-gegen-keine-werbung-aufkleber;art58,3175422>

ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

UN MOMENT CHARNIÈRE POUR LE SECTEUR PUBLICITAIRE

Les annonceurs prennent conscience de l'importance du contexte publicitaire, souvent incertain sur le digital, et souhaitent une efficacité durable des investissements. En parallèle, des mouvements d'alliances entre régies Internet sont observés. Ces deux phénomènes témoignent d'un moment charnière qui préfigure un possible rééquilibrage des recettes publicitaires entre les acteurs. 1. A mesure qu'ils étendent à Internet leurs campagnes orientées sur la notoriété et l'image de leurs marques, produits et services (campagnes dites de « branding»), les annonceurs deviennent de plus en plus sensibles aux problématiques de brand safety quitte à remettre en question les investissements réalisés sur les plateformes.

- En réponse à la plus grande exigence des annonceurs, l'ensemble des acteurs du marché a pris des positions sur le brand safety. Les initiatives de labellisation, comme le Digital Ad Trust, ont pour objectif de regagner des parts de marché face aux acteurs dont la capacité d'assurer un contexte de qualité est mise en doute. Valoriser l'importance du contenu dans la performance des campagnes publicitaires est capital pour les acteurs historiques. L'initiative du Digital Ad Trust vise à valoriser un nouveau standard de qualité, afin de récupérer des investissements annonceurs. La place prise par les organismes normatifs et de certification dans le marché est donc centrale.

- Les annonceurs tendent à reconsidérer que la construction de la notoriété de marque se fait sur le long terme, avec des stratégies de communication hybrides on et offline. Des initiatives émergent pour revaloriser les qualités intrinsèques de chaque support, comme le montrent les études AdTrust5 et ThinkTV6 qui chacune quantifient les avantages des supports Presse et Télévision en termes d'efficacité du message publicitaire par rapport à la publicité Internet.

- Le décret sur la transparence de la publicité publié le 11 février 2017 est aussi un témoin du moment charnière que vit le marché publicitaire. Ce texte précise les obligations de compte rendu, prévues pour les acteurs de la publicité dans la loi Sapin, pour les campagnes de publicité digitale.

LES MÉDIAS PROPRIÉTAIRES ET INTERNET SONT LES DEUX LEVIERS DE CROISSANCE DU MARCHÉ

Le marché français de la communication est estimé par France Pub à 31,4 milliards d'euros en 2017 (sans inclure le poste "autres éditions publicitaires", équivalent à environ 1 milliard d'euros). Les dépenses médias sont réparties en cinq catégories de support qui correspondent aux médias historiques: la Télévision,

la Presse, la Radio, la Publicité extérieure et le Cinéma. Depuis les années 2000, Internet est apparu en tant que sixième support de communication comptabilisé dans les dépenses médias. En 2016, les recettes publicitaires nettes des supports médias étaient estimées à 10,7 milliards d'euros, soit un tiers du total des dépenses de communication des annonceurs, en hausse de 2% entre 2016 et 2017⁸. Le marché publicitaire hors-média représente environ 2/3 du marché total, soit 21,6 milliards d'euros en 2016 et 21,7 milliards d'euros en 2017, avec une croissance estimée de +0,4%⁹. Le périmètre du marché publicitaire hors média inclut des prestations de service plus diversifiées que l'achat d'espace de visibilité média. Les régies des médias historiques peuvent être prestataires pour ces dépenses horsmédia et ce particulièrement pour les prestations événementielles et pour la production de contenu.

Presse

- Typologie d'acteurs : est comptabilisé l'ensemble des formats publicitaires commercialisés par les éditeurs de la Presse Quotidienne nationale (PQN), la Presse Quotidienne régionale et ses suppléments (PQR), la Presse magazine nationale, la Presse gratuite, la Presse professionnelle et les journaux des collectivités locales

- Formats publicitaires : les petites annonces ne sont pas comptabilisées

Télévision

- Typologie d'acteurs : sont comptabilisés les formats publicitaires commercialisés par les chaînes de la Télévision numérique terrestre, du câble et du satellite, ainsi que les Télévisions locales.

- Formats publicitaires : sont comptabilisées les dépenses publicitaires en espace classique et en parrainage sur le flux linéaire ; les formats publicitaires commercialisés sur les flux délinéarisés (ex : produits de rattrapage) sont en revanche

file:///C:/Users/TFOMINA/Downloads/CSA_Etude%20M%C3%A9dias%20et%20Publicit%C3%A9s%20(1).pdf

Типовые ситуации для беседы.

Ситуация 1. Вы устраиваетесь на работу. С Вами проводят собеседование. Укажите, как правильно:

сообщить следующую информацию: имя и фамилию, возраст, место рождения: родной город и адрес, временные периоды, включающие год и число поступления в Университет или окончания его, назвать любимые предметы для изучения, специальность и специализацию, выразить отношение к своей будущей специальности; указать стаж работы по специальности, профессиональные умения, интересы и увлечения, которые могут быть использованы на Вашей новой работе; подчеркнуть, что Вам наиболее интересно, полезно, необходимо, трудно.

Ситуация 2. Ваш деловой партнер пытается назначить Вам встречу. Однако это время Вам не подходит, потому что оно уже занято другими делами. Вежливо и обстоятельно объясните Вашему партнеру причину отказа. Предложите другое время.

Ситуация 3. Вы - директор фирмы. Расскажите новому сотруднику о планировании его рабочего дня, основных обязанностях.

Ситуация 4. Вы организуете выставку, посвященную годовщине Вашей организации (на примере Московской сельскохозяйственной Академии им. К.А. Тимирязева). Укажите то, что, с Вашей точки зрения, знать наиболее:

1. интересно
2. полезно
3. необходимо

Ситуация 5. Вы - ректор Академии повышения квалификации. Директор одной из фирм договаривается с Вами о прохождении повышения квалификации его сотрудниками. Поинтересуйтесь тем, какие предметы и в каком объеме должны войти в программу обучения.

Ситуация 6. 1) Вы – разработчик нового улучшенного вида товара, участвующий в конкурсе на получение премии. Придумайте этот товар и назовите как можно больше его преимуществ.

2) Вы – журналист, берущий интервью у лауреата конкурса по разработке нового вида товара. Придумайте вопросы.

Для подготовки и реализации диалога могут использоваться цифровые технологии и инструменты.

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине во время занятий применяется как традиционная система контроля и оценки успеваемости студентов, так и система контроля с применением цифровых технологий и инструментов и. или образовательных платформ.

Высоким баллом оценивается активная работа на практических занятиях, хорошее качество перевода аутентичного текста по специальности в аудитории и дома, умение вести дискуссию на иностранном языке, творческий подход к выполнению домашних заданий, способность четко, емко и грамматически правильно формулировать свои мысли на иностранном языке, успешное выполнение контрольных работ. Активное и грамотное использование цифровых технологий, инструментов и образовательных платформ.

Критерии выставления оценок по традиционной системе контроля и оценки успеваемости студентов

Таблица 7

Многокомпонентный метод формирования итоговой оценки:

- участие в диалоге, дискуссии, ролевой игре или презентации, измеренное уровнем активности студента;
- подготовленные письменные работы (доклад, реферат, эссе).

	полнота, системность, прочность:
5	изложение в устной, письменной или графической форме полное, в системе и в соответствии с требованиями учебной программы
4	допускаются отдельные несущественные ошибки
3	изложение полученных знаний неполное, однако, подтверждает их и не препятствует

	усвоению предыдущего материала
2	изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению последующей информации, существенные и неисправленные студентом ошибки
	обобщенность знаний
5	выделение существенных признаков изученного с помощью анализа и синтеза причинно-следственных связей; формулировка выводов и обобщений, свободное оперирование известными фактами и сведениями
4	могут быть отдельные несущественные ошибки
3	затруднения при выделении существенных признаков изученного
2	бессистемное выделение случайных признаков изученного, неумение производить простейшие операции анализа и синтеза
	действенность знаний
5	самостоятельное применение знаний в практической деятельности; выполнение заданий воспроизводящего и творческого характера
4	незначительные элементы творческого характера
3	недостаточная самостоятельность при применении знаний в практической деятельности, выполнение заданий только воспроизводящего характера
2	неумение применять знания в практической деятельности
Отлично	Задание выполнено полностью: содержание отражает все аспекты, указанные в задании (даны полные ответы на все вопросы); стилевое оформление речи выбрано правильно с учётом цели высказывания и адресата; соблюдены принятые в языке нормы вежливости. Активное и грамотное использование цифровых технологий, инструментов и образовательных платформ.
Хорошо	Задание выполнено полностью: содержание отражает все аспекты, указанные в задании; допускаются отдельные несущественные ошибки. Достаточно активное и грамотное использование цифровых технологий, инструментов и образовательных платформ.
Удовлетворительно	Задание выполнено не полностью: содержание отражает не все аспекты, указанные в задании (более одного аспекта раскрыто не полностью, или один аспект полностью отсутствует); встречаются нарушения стилевого оформления речи или/и принятых в языке норм вежливости. По возможности использование цифровых технологий, инструментов и образовательных платформ.
Неудовлетворительно	Задание не выполнено: содержание не отражает тех аспектов, которые указаны в задании, или/и не соответствует требуемому объёму. Использование цифровых технологий, инструментов и образовательных платформ минимально.

Критерии оценивания результатов обучения
(традиционная система)

Таблица 7.1

Словесное выражение	Цифровое выражение	Описание
Зачтено	---	Содержание курса освоено полностью, (в достаточном объёме) без пробелов, необходимые практически навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
Не зачтено	---	Содержание курса освоено частично, в недостаточном объёме (не выполнено), некоторые практически навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой

		обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.
Высокий уровень «5» (отлично)	5	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы. Активное и грамотное использование цифровых технологий, инструментов и образовательных платформ. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – высокий.
Средний уровень «4» (хорошо)	4	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки. Достаточно активное и грамотное использование цифровых технологий, инструментов и образовательных платформ. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – хороший (средний).
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	3	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы. По возможности использование цифровых технологий, инструментов и образовательных платформ. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – достаточный.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	2	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы. Использование цифровых технологий, инструментов и образовательных платформ минимально. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

Английский язык

1. Английский язык для гуманитариев (B1–B2). English for Humanities : учебное пособие для вузов / О. Н. Стогниева, А. В. Бакулев, Г. А. Павловская, Е. М. Муковникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 178 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14982-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494395>

2. Левченко, В.В. Английский язык. General & Academic English (A2–B1): учебник для вузов/ В.В. Левченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8745-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489947>

Немецкий язык

3. Лытаева, М.А. Немецкий язык для делового общения + аудиоматериалы в ЭБС: учебник и практикум для вузов/ М.А.Лытаева, Е.С.Ульянова.— Москва: Издательство Юрайт, 2021.— 409с.— (Высшее образование).— ISBN978-5-534-07774-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468709>

4. Ситникова, И.О. Деловой немецкий язык (B2–C1). Der Mensch und seine Berufswelt: учебник и практикум для вузов/ И.О.Ситникова, М.Н.Гузь.— 3-е изд., перераб. и доп.— Москва: Издательство Юрайт, 2020.— 210с.— (Высшее образование).— ISBN 978-5-534-14033-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467519>

Французский язык

5 Бартенева, И.Ю. Французский язык (B1–B2): учебное пособие для вузов/ И.Ю. Бартенева, О.В. Желткова, М.С. Левина. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 332 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15235-7. — Текст: электронный// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496107>

6. Бартенева, И.Ю. Французский язык. A2-B1: учебное пособие для вузов/ И.Ю. Бартенева, М.С. Левина, В.В. Хараузова.— 2-е изд., испр. и доп.— Москва: Издательство Юрайт, 2021.— 281с.— (Высшее образование).— ISBN 978-5-534-06030-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473932>

7.2 Дополнительная литература

Английский язык

1) Иванова, О.Ф. Английский язык. Пособие для самостоятельной работы студентов (B1-C1): учебное пособие для вузов/ О.Ф. Иванова, М.М. Шиловская.— Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 352 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09173-1. — Текст: электронный// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494728>

2) Салье Т.Е. Английский язык для специальности "Связи с общественностью"/ Т. Е. Салье, Ю. М. Валиева, И. Н. Воскресенская. - Москва: Академия, 2007. - 510 с. Экземпляры:50 БУП (48), Ч/З 133 (2)

3) Фомина Т.Н. Англо-русский словарь терминов по рекламно-маркетинговой деятельности и связям с общественностью. Английский толковый терминологический словарь с упражнениями: словарь / Т. Н. Фомина; Российский государственный аграрный университет - МСХА им. К. А. Тимирязева (Москва). - Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2014. - 80 с. БУП (59), Ч/З 133

(1)Немецкий язык

5) Зимина, Л. И. Немецкий язык (A2–B1) : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Зимина, И. Н. Мирославская. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 139 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15780-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509687>

6) Винтайкина, Р. В. Немецкий язык (B1) : учебное пособие для вузов / Р. В. Винтайкина, Н. Н. Новикова, Н. Н. Саклакова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 402 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13919-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489934>

Французский язык

7) Ходькова, А. П. Французский язык. Лексико-грамматические трудности : учебное пособие для вузов / А. П. Ходькова, М. С. Аль-Ради. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09251-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494482>

8) Мошенская, Л. О. Французский язык. Профессиональный уровень (B1—C1). «Chose dite, chose faite II». В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / Л. О. Мошенская, А. П. Дитерлен. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 245 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490511>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Интернет-ресурсы: Материалы текущей зарубежной и отечественной периодики с веб-сайтов ведущих информационных агентств:
(открытый режим доступа)

Английский язык

1. <http://www.worldbusinessculture.com>
2. <http://www.businesslink.gov.uk>
3. <http://hbswk.hbs.edu>
4. <http://ebooks.cambridge.org/ebook>
5. <http://www.negotiationskills.com>
6. <http://freevideolectures.com/Subject/Biology>
7. <https://www.khanacademy.org/science/biology>
8. <http://www.worldbusinessculture.com>
9. https://zeepedia.com/read.php?public_relations_problems_defining_pr_problems_cs_of_pr_explained_fundamentals_of_public_relations&b=75&c=11
10. <https://www.boundless.com/business/textbooks/boundless-business-textbook/marketing-communications-17/public-relations-105/types-of-public-relations-496-970/>
11. <https://heartifb.com/2013/10/23/the-difference-between-pr-marketing-and-advertising/>
12. http://new.babymilkaction.org/pdfs/spinpdfs/appendices/PR_for_beginners.pdf
13. <http://thethinkspot.com/PR-2011/chapters/7/quiz>
14. <https://www.unilorin.edu.ng/publications/abdulkareemay/Management%20concept%20principle.pdf>
15. www.market-leader.net

Немецкий язык

1. <http://www.ville-geneve.ch/administration-municipale/departement-cohesion-sociale-solidarite/services-municipaux/service-etat-civil/>
2. <http://www.4managers.de/themen/business-etikette/>
3. <https://cordis.europa.eu/project/rcn/194173/brief/de>
4. <http://www.homepage.hispeed.ch/gafner-k/TK/Downloads/Unternehmenslogistik/Materialwirtschaft.pdf>
5. <https://www.hs-osnabrueck.de/de/module/44b0265/>
6. <https://bwl-wissen.net/definition/materialwirtschaft>
7. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-540-89773-6>
8. https://www.buecher.de/shop/allgemein/materialwirtschaft-und-logistik-ebook-pdf/kluck-dieter/products_products/detail/prod_id/39507297/
9. <https://www.grin.com/document/379454>
10. <http://www.goethe.de/markt>

Французский язык

1. <http://www.onisep.fr/Ressources/Univers-Metier/Metiers/charge-chargee-des-relations-publiques>
2. <http://www.definitions-marketing.com/definition/relations-publiques/>
3. <http://www.srrp.ch/rp-en-suisse/definition-et-role-des-relations-publiques>
4. http://www.ffp.org/ressources/Memo_comprendre_enfin_la_formation_professionnelle_octobre_2014_vf.pdf
5. <http://olivier-moch.over-blog.net/article-les-relations-publiques-de-l-entreprise-76894581.html>
6. <http://travail-emploi.gouv.fr/grands-dossiers/reformeformationprofessionnelle/article/comprendre-la-reforme-de-la-formation-professionnelle>
7. <https://www.afpa.fr/https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/logistique-entreprise/>
8. <http://www.francite.fr>

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (открытый режим доступа)

- электронный словарь Мультитран <https://www.multitran.ru>
- электронный словарь LINGVO <http://www.lingvo.ru/lingvo/index.asp>
- электронный словарь французского языка <http://www.french-linguistics.co.uk/dictionary/>
- электронный словарь немецкого языка Lexilogos - https://www.lexilogos.com/english/german_dictionary.htm
- электронный словарь английского языка Oxford living dictionary <https://en.oxforddictionaries.com>
- сайт Британской энциклопедии: <http://britannica.com/>
- лингвострановедческий словарь «Американа»: <http://www.americana.ru>
- тесты on-line: <http://www.polyglosso.com/links.htm>
- сайт для изучающих английский <http://www.abc-english-grammar.com>
- сайт для изучающих английский язык как иностранный <http://www.usefulenglish.ru>
- сайт Немецкого культурного центра имени Гёте - <https://www.goethe.de/ins/ru/ru/sta/mos.html>
- <http://www.studygerman.ru>
- <http://www.studyfrench.ru>
- подборка новостей из французской прессы <https://francite.ru>
- сайт о французской культуре и обучению фр. языку <http://www.afrus.org>
- электронная версия газеты "Французский язык" <http://fra.1september.ru/articles.php>

Массовые открытые онлайн курсы

1. Popular Courses & Subjects on edX: <https://www.mooc.org>
2. <https://www.coursera.org>
3. <https://www.ted.com>
4. <https://sberbank-university.ru/edutech-club/glossary/926/>
5. Khan Academy достаточно известный проект, который в своё время стал одним из первых, подошедших к вопросам образования с точки зрения интерактивности и геймификации.

6. SkilledUp – сервис, позволяющий искать необходимый курс по всем ресурсам Интернета. На момент написания статьи только бесплатных курсов в базе было больше 56 тыс.
7. MOOC List – ещё один поисковик по онлайн курсам. На сайте удобная навигация, благодаря которой можно отсортировать результаты не только по тематике, но и по языку.
8. Get Study Room – сервис, позволяющий объединяться с другими пользователями в небольшие классы. После регистрации вы можете указать ссылку на исходный курс и получить интерактивный кабинет. В нём каждый из приглашённых получит свой рабочий стол и доступ к чату и доске.
9. iTunes U – большой каталог бесплатных онлайн курсов и других учебных материалов для владельцев техники Apple, которые можно проходить прямо со своего телефона или планшета.
10. Codecademy – пожалуй, самый популярный сайт обучающий программированию. Это не MOOC-платформа, поскольку привычных видеолекций здесь нет. Всё проще – серия минизаданий, которые на практике показывают, а заодно и учат, что и как работает.
11. Academic Earth – видеолекции и курсы по многим предметам, прочитанные в Беркли, Гарварде Принстоне, Йеле.
12. OpenLearning – первые австралийские MOOC, распространённые в регионе. Работают по тому же принципу, что и предыдущие – можно как начать учиться на бесплатном или платном курсе, так и самому выступить в роли преподавателя.
13. FutureLearn – британский MOOC проект, объединяющий почти 30 британских и 10 зарубежных вузов. Предлагает много курсов из разных областей знаний.
14. OpenLearn – привлекает внимание не только разнообразием курсов, а и возможностью скачивать их материалы себе и использовать на любом гаджете.
15. UNESCO Institute for Information Technologies in Education предлагает ряд бесплатных русскоязычных курсов на тему использования информационных технологий в образовательном процессе.
16. Лекториум – бесплатный онлайн каталог с видеозаписями лекций преподавателей российских вузов. С недавнего времени есть и свои курсы.
17. Универсариум – межвузовская площадка электронного образования. Уже сейчас на сайте собрано несколько интересных курсов и зарегистрировано более 200 тыс. пользователей.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

При проведении различных видов занятий с использованием технических средств и информационно-коммуникативных технологий применяются следующие лицензионные программные продукты:

Таблица 8

№	Вид работы	Программный продукт
1	Графическое изображение (при просмотре различных презентаций, обучающих фильмов и т.д.)	POWER POINT ADOBE READER
2	Создание информационных документов (работа над текстом; создание таблиц, диаграмм; редактирование)	MICROSOFT OFFICE MICROSOFT WORD MICROSOFT EXCEL

Для проведения практических занятий используются кабинеты, оборудованные аудио- и видеотехникой, портативный компьютер с видеопроектором, медиотека, располагающая компьютерами и библиотекой литературы по языковым аспектам и по различным направлениям подготовки магистров на иностранных языках.

Для проведения самостоятельной подготовки, выполнения практических заданий используются компьютерные классы с подключением компьютеров к сети Интернет.

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Таблица 8

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебный корпус № 12, ауд. № 214 <i>(учебная аудитория для проведения занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации и для самостоятельной работы студентов)</i>	учебный стол 15 шт., стол преподавательский 1 шт., стул 33 шт., доска маркерная 1 шт., телевизор 29' с плоским экраном 1 шт. Инв № 556829/2), видеомагнитофон DVD комбо Deawoo DX 7900 K 1 шт. Инв № 556828/2.
учебный корпус № 12, ауд. № 218 <i>(учебная аудитория для проведения занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы студентов)</i>	компьютерный стол 10 шт., учебный стол 9 шт., стул 25 шт., доска маркерная 1 шт., монитор 11 шт (Инв № 36009/1, Инв № 36009/2, Инв № 36009/10, Инв № 36009/11, Инв № 36009/3, Инв № 36009/4, Инв № 36009/5, Инв № 36009/6, Инв № 36009/7, Инв № 36049, Инв № 557560/33), системный блок 11 шт (Инв № 36049/4, Инв № 36049/2, Инв № 36049/10, Инв № 36049/3, Инв № 36049/6, Инв № 36049/5, Инв № 36049/7, Инв № 36049/1, Инв № 36049/7, Инв № 36049/8, Инв № 557563/32)
учебный корпус № 12, ауд. № 113 <i>(учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)</i>	учебный стол 11 шт., стол преподавательский 1 шт., стулья 24 шт., доска маркерная 1 шт.
ЦНБ имени Н.И. Железнова <i>(для самостоятельной работы студентов)</i>	читальный зал учебной литературы ком., читальный зал периодики ком., Компьютерный читальный зал

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Язык является важнейшим средством человеческого общения, без которого невозможно существование и развитие человеческого общества. Работа над иностранным языком, особенно самостоятельная, развивает целеустремленность, настойчивость, приучает внимательно относиться к тексту, формируя вдумчивого чтеца - качество, необходимое каждому культурному человеку. Самостоятельное решение задачи, как известно, всегда приносит большие радости, а радость, называемая психологами "переживание успеха", - важнейшее условие эффективности всякой деятельности, в том числе и изучения иностранных языков.

Если подходить к делу обдуманно, со смыслом, то учеба будет не напряженной гонкой, а приятной духовной гимнастикой, удовлетворяющей наши растущие интеллектуальные потребности. Мы изучаем языки еще и потому, что изучать язык интересно и приятно.

РЕКОМЕНДАЦИИ ТЕМ, КТО ПО-НАСТОЯЩЕМУ ХОЧЕТ ОВЛАДЕТЬ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ:

1. Занимайтесь языком ежедневно. Если уж совсем нет времени, то хотя бы десять минут.
2. Если желание заниматься слишком быстро ослабевает - не "форсируйте", но и не бросайте учебу. Придумайте какую-нибудь иную форму: отложите книгу и послушайте записи на языке, оставьте упражнения учебника и полистайте словарь и т.д.
3. Никогда не зубрите, не заучивайте ничего по отдельности, в отрыве от контекста.
4. Выписывайте и заучивайте все "готовые фразы", которые можно использовать в максимальном количестве случаев.
5. Старайтесь мысленно переводить все, что только возможно: промелькнувшие рекламные табло, надписи на афише, обрывки случайно услышанных разговоров.
6. Заучивать прочно стоит только то, что исправлено преподавателем. Не перечитывайте собственных исправленных упражнений: при многократном чтении текст запоминается невольно со всеми возможными ошибками. Если занимаетесь один, то выучивайте только заведомо правильное.
7. Иностранный язык - крепость, которую необходимо штурмовать со всех сторон одновременно: чтением газет, прослушиванием радиопередач, просмотром сдублированных фильмов, посещением лекций на иностранном языке, проработкой учебника, перепиской, встречами и беседами с друзьями - носителями языка.
8. Не бойтесь говорить, не бойтесь возможных ошибок, а просите, чтобы их исправляли. И главное, не расстраивайтесь и не обижайтесь, если Вас действительно начнут поправлять.
9. Будьте твердо уверены в том, что во что бы то ни стало достигните цели, что у Вас негибкая воля и необыкновенные способности к языкам. А если Вы уже разуверились в существовании таковых - и правильно! - то думайте, что Вы просто достаточно умный человек, чтобы овладеть такой малостью, как иностранный язык.

Методические рекомендации для подготовки презентации

Презентация — это представление информации для некоторой целевой аудитории, с использованием разнообразных средств привлечения внимания и изложения материала. Для проведения одних презентаций может быть достаточно доски с мелками, для других используются мультимедийные системы, наглядные материалы, схемы, чертежи, макеты, плакаты. К особенностям презентаций можно отнести большое число материала, иллюстрирующего слова оратора, краткость и четкость изложения, вместе с высоким уровнем мотивирования публики, интерактивность, наличие сценария, протекание в виде единой системы.

Как и в любом спектакле, у презентации есть начало выступления – своего рода завязка, развитие действия и заключительная часть. Трудно сказать, которая из них является главной, но, в любом случае, весь ход презентации определяется тем, насколько удастся заинтересовать публику. ПОЭТОМУ

1. Убедитесь, что каждый пункт презентации напрямую связан с аудиторией. Иначе результат предсказуем — вас не будут слушать.
2. Вся презентация должна быть краткой, но информативной, разбитой на пункты, наполненные содержанием, и написанной достаточно большим шрифтом, чтобы можно было читать не прищуриваясь.
3. Слова являются лишь подкреплением тех пунктов, которые вы освещаете.
4. Картинки, графики и таблицы не должны быть беспорядочными и должны отражать ясные и убедительные доводы.
5. Не используйте на слайдах красиво звучащую и неосуществимую “миссию”, “идею”, “мечту”. Это штамп, банальность. Лучше сосредоточьтесь на том, чтобы заявление о ценности вашей работы было четким, ясным и уникальным.
6. Подготовьте хорошие примеры. Вам нужно описать их, чтобы правильно донести свою мысль.
7. Учитесь управлять ходом презентации, не выглядя при этом негибким или встревоженным. Наблюдайте и слушайте.
8. Учтите важное практическое наблюдение: **Средний объем внимания слушателя: 10 слайдов.**

Методические рекомендации для написания статьи/ тезисов на иностранном языке

Хорошо сделанная статья является логическим завершением выполненной работы. Поэтому, наряду с совершенствованием в исследовательской работе, необходимо постоянно учиться писать статьи. Как же работать над статьей?

1. Определитесь, готовы ли вы приступить к написанию статьи и можно ли ее опубликовать в открытой печати.
2. Составьте подробный план построения статьи.
3. Подберите необходимую информацию (статьи, книги, патенты и др.) и проанализируйте ее.
4. Напишите введение, в котором сформулируйте необходимость проведения работы и ее основные направления.
5. Поработайте над названием статьи.
6. В основной части статьи опишите методику экспериментов, полученные результаты и дайте их физическое объяснение.
7. Составьте список литературы.
8. Сделайте выводы.
9. Напишите аннотацию.
10. Проведите авторское редактирование. Сократите все, что не несет полезной информации, вычеркните лишние слова, непонятные термины, неясности.
11. Отправьте статью в редакцию. Прислушайтесь к редакторским замечаниям, но не допустите искажения статьи при редактировании.

Эти рекомендации — не догма, а только информация к размышлению!

11.1 Виды и формы отработки пропущенных занятий

Магистранты должны посещать все практические занятия, в срок выполнять все задания преподавателя, писать все аттестационные работы.

Студент, пропустивший два занятия подряд, допускается до последующих занятий на основании допуска из директората. Студент, пропустивший практическое занятие, обязан отработать его, выполняя практические задания и письменные работы, изложенные в данной программе.

На отработку занятия студент должен явиться согласно расписанию консультативных часов преподавателя, которое имеется на кафедре. При себе студент должен иметь: выданное ему задание и отчет по его выполнению. Он самостоятельно выполняет практическую работу, решает ситуационные задачи и отвечает на вопросы преподавателя.

Преподаватель, согласно графику консультативных часов, принимает отработку пропущенного занятия у студента, делает соответствующую отметку. Отработка засчитывается, если студент демонстрирует зачетный уровень теоретической и практической осведомленности по пропущенному материалу, т.е. студент свободно оперирует лексическим и грамматическим материалом, который рассматривался на занятии, которое подлежит отработке, отвечает развернуто на вопросы, подкрепляя материал примерами.

Пропущенные практические занятия должны отрабатываться своевременно, до промежуточного контроля по соответствующему разделу учебной дисциплины. Студенты допускаются к зачетам и экзамену по дисциплине при условии отработки всех занятий, предусмотренных учебным планом данного семестра по данной дисциплине. Студенту, имеющему право на свободное посещение занятий, выдается график индивидуальной работы, согласованный на кафедрах и утвержденный директором института.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине.

Поскольку при обучении в магистратуре большая часть учебного времени отводится на самостоятельное изучение дисциплины, преподавателю рекомендуется уделить особое внимание организации и планированию самостоятельной работы студентов, раскрыв существующие возможности созданных в институте корпоративных образовательных ресурсов, таких как: электронная библиотека, компьютерные обучающие программы (КОПР), электронные тестовые базы, контрольные работы с использованием КОПР, электронные учебные ресурсы в системе, сетевые учебно-методические комплексы. Что же касается методов, организационных форм и средств обучения, то они могут варьироваться в зависимости от применяемой концепции обучения, форм обучения.

При систематизации учебного текстового материала на ИЯ для обучения различным видам чтения (просмотрового, ознакомительного, изучающего, поискового) в основу берется распределение профилирующих предметов в учебном плане подготовки студентов, где основной предмет направления и профиля обучения раскрывается последовательно с начала обучения. Преемственность тематических циклов профессионально ориентационных текстов является условием развития мотивации, вырабатывающей у обучаемых стремление пользоваться иностранной литературой для пополнения своих знаний по специальным предметам. Непременным условием при этом является включение в систему тематических текстов информации, которой нет на русском языке, взятой из оригинальной иностранной литературы.

В качестве форм контроля понимания прочитанного и воспроизведения информативного содержания текста-источника используются в зависимости от вида чтения: ответы на вопросы, подробный или обобщенный пересказ прочитанного, передача его содержания в виде перевода, реферата или аннотации.

Следует уделять внимание тренировке в скорости чтения: свободному беглому чтению вслух и быстрому (ускоренному) чтению про себя, а также

тренировке в чтении с использованием словаря. Все виды чтения должны служить единой конечной цели – научиться свободно читать иностранный текст по специальности. Свободное, зрелое чтение предусматривает формирование умений вычленять опорные смысловые блоки в читаемом, определять структурно-семантическое ядро, выделять основные мысли и факты, находить логические связи, исключать избыточную информацию, группировать и объединять выделенные положения по принципу общности, а также формирование навыка языковой догадки (с опорой на контекст, словообразование, интернациональные слова и др.) и навыка прогнозирования поступающей информации.

Овладение всеми формами устного и письменного общения ведется комплексно, в тесном единстве с овладением определенным фонетическим, лексическим и грамматическим материалом. Языковой материал должен рассматриваться не только в виде частных явлений, но и в системе, в форме обобщения и обзора групп родственных явлений и сопоставления их.

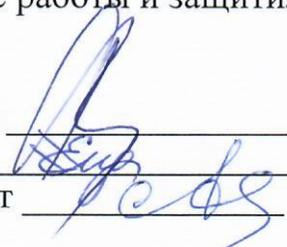
К промежуточному контролю (зачет с оценкой) по дисциплине допускаются только те студенты, которые успешно прошли защиту презентации, успешно выполнили практические работы и защитили контрольные задания.

Программу разработали:

Фомина Т.Н., ст. преподаватель

Сидорова Е.Н., преподаватель

Зайцев А.А., к. филол. н., доцент



РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую Программу дисциплины
Б1.О.02.01 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ
ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»,
направленность «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации»
(квалификация выпускника – магистр)

Невскашовой Еленой Валентиновной, канд. пед. наук, доцентом кафедры высшей математики Института экономики и управления АПК ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева» (далее по тексту рецензент), проведено рецензирование рабочей программы дисциплины «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации», (уровень обучения - магистратура), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре иностранных и русского языков (разработчики – Фомина Татьяна Николаевна ст. преподаватель кафедры иностранных языков, Сидорова Елизавета Николаевна, преподаватель кафедры иностранных и русского языков, Зайцев Алексей Анагольевич, к.филол.н., доцент кафедры иностранных и русского языков).

Рассмотрев представленные на рецензирование материалы, рецензент пришел к следующему выводу:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» (далее по тексту Программа) *соответствует* требованиям ФГОС ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Программой *содержатся* все основные разделы, *соответствует* требованиям к нормативно-методическим документам.
2. Представленная в Программе *актуальность* учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО *не подлежит сомнению* – дисциплина относится к дисциплинам обязательной части учебного цикла – Б1.О.
3. Представленные в Программе *цели* дисциплины *соответствуют* требованиям ФГОС ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».
4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» закреплено 2 *компетенции* (4 индикатора). Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» и представленная Программа *способна реализовать их* в объявленных требованиях.
5. *Результаты обучения*, представленные в Программе в категориях *знать, уметь, владеть* *соответствуют* специфике и содержанию дисциплины и *демонстрируют возможность* получения заявленных результатов.
6. Общая трудоёмкость дисциплины «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» составляет 6 зачётных единицы (216 ак/ часов).
7. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин *соответствует* действительности. Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и учебного плана по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и возможность дублирования в содержании отсутствует.
8. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий *соответствуют* специфике дисциплины.
9. Программа дисциплины «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» предполагает ряд занятий в интерактивной форме.
10. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, *соответствуют* требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

11. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, диспуты, ролевые игры, выполнение эссе, участие в тестировании, работа над домашними заданиями в форме игрового проектирования (в профессиональной области) и аудиторных заданиях – работа с аутентичными профессионально-ориентированными текстами), *соответствуют* специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета (после 1 и 2 семестров) и экзамена (после 3 семестра), что *соответствует* статусу дисциплины, как дисциплины обязательной части учебного цикла – Б1.О ФГОС ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

12. Формы оценки знаний, представленные в Программе, *соответствуют* специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

13. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 6 источников и дополнительной литературой – 8 наименований. Интернет-ресурсы – 15 источников (английский язык), 10 источников (немецкий язык), 8 источников (французский язык) и *соответствуют* требованиям ФГОС ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

14. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения преподавателям.

15. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине даны представленные о специфике обучения по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной коммуникации».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации», (квалификация выпускника - магистр), разработанная старшим преподавателем кафедры иностранных и русского языков Фоминой Т.Н., преподавателем кафедры иностранных и русского языков Сидоровой Е.Н. и к. филол. н., доцентом кафедры иностранных и русского языков Зайцевым А. А., соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при их реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Невскашова Е.В., канд. пед. наук, доцентом кафедры высшей математики Института экономики и управления АПК ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»

«» _____ 2022 г.