

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение русской и зарубежной филологии



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Маркетинговые коммуникации на французском языке Б1.В.ДВ.26

Направление подготовки: 44.03.01 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Иностранный (французский) язык

Квалификация выпускника: академический бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Абдуллина Л.Р.

Рецензент(ы):

Агеева А.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Васильева В. Н.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института филологии и межкультурной коммуникации
(отделение русской и зарубежной филологии):

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Абдуллина Л.Р. кафедра романской филологии отделение русской и зарубежной филологии им. Л.Н.Толстого , Liliya.Abdullina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

освоение языковых особенностей маркетинговых коммуникаций, в частности, инструментов интернет-маркетинга, приобретающих все большую популярность в современной жизни людей.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.26 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 44.03.01 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Освоение данной дисциплины является предшествующим изучению дисциплины "Язык рекламного дискурса".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|---|--|
| ОК-4 (общекультурные компетенции) | способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия |
| ОК-5 (общекультурные компетенции) | способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, культурные и личностные различия |
| ОК-6 (общекультурные компетенции) | способность к самоорганизации и самообразованию |
| ОПК-1 (профессиональные компетенции) | готовность сознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать мотивацией к осуществлению профессиональной деятельности |
| ОПК-5 (профессиональные компетенции) | владение основами профессиональной этики и речевой культуры |
| ПК-1 (профессиональные компетенции) | готовность реализовывать образовательные программы по предмету в соответствии с требованиями образовательных стандартов |
| ПК-10 (профессиональные компетенции) | способность проектировать траектории своего профессионального роста и личностного развития |
| ПК-11 (профессиональные компетенции) | готовность использовать систематизированные теоретические и практические знания для постановки и решения исследовательских задач в области образования |
| ПК-12 (профессиональные компетенции) | способность руководить учебно-исследовательской деятельностью обучающихся |
| ПК-13 (профессиональные компетенции) | способность выявлять и формировать культурные потребности различных социальных групп |

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|---|--|
| ПК-14 (профессиональные компетенции) | способность разрабатывать и реализовывать культурно-просветительские программы |
| ПК-4 (профессиональные компетенции) | способность использовать возможности образовательной среды для достижения личностных, метапредметных и предметных результатов обучения и обеспечения качества учебно-воспитательного процесса средствами преподаваемого предмета |
| ПК-6 (профессиональные компетенции) | готовность к взаимодействию с участниками образовательного процесса |
| ПК-7 (профессиональные компетенции) | способность организовывать сотрудничество обучающихся, поддерживать активность и инициативность, самостоятельность обучающихся, развивать их творческие способности |

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

тактики маркетинговой коммуникации.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетных(ые) единиц(ы) 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|--|---------|-----------------|--|----------------------|---------------------|------------------------|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 1. | Тема 1. Классификация инструментов маркетинга | 8 | 1-2 | 4 | 2 | 0 | устный опрос |
| 2. | Тема 2. Язык как основа маркетинговых коммуникаций | 8 | 3 | 2 | 2 | 0 | устный опрос |

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|---|---------|-----------------|--|----------------------|---------------------|--|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 3. | Тема 3. Морфо-синтаксические средства манипулирования | 8 | 4 | 2 | 2 | 0 | домашнее задание |
| 4. | Тема 4. Прагмасематические средства манипулирования | 8 | 5 | 2 | 2 | 0 | контрольная работа домашнее задание |
| | Тема . Итоговая форма контроля | 8 | | 0 | 0 | 0 | зачет |
| | Итого | | | 10 | 8 | 0 | |

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Классификация инструментов маркетинга

лекционное занятие (4 часа(ов)):

1. Медийная реклама 2. Поисковый маркетинг (SEO, SEM).

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Маркетинг в социальных сетях (SMM) 2. Лидогенерация

Тема 2. Язык как основа маркетинговых коммуникаций

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Тактики использования языка как эффективного средства манипулятивного воздействия.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Принципы построения рекламного обращения.

Тема 3. Морфо-синтаксические средства манипулирования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Морфологические особенности

практическое занятие (2 часа(ов)):

Синтаксические особенности

Тема 4. Прагмасематические средства манипулирования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Прагматические особенности

практическое занятие (2 часа(ов)):

Семантические особенности

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|----|---|---------|-----------------|---------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| 1. | Тема 1. Классификация инструментов маркетинга | 8 | 1-2 | подготовка к устному опросу | 4 | устный опрос |

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|----|---|---------|-----------------|---------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| 2. | Тема 2. Язык как основа маркетинговых коммуникаций | 8 | 3 | подготовка к устному опросу | 4 | устный опрос |
| 3. | Тема 3. Морфо-синтаксические средства манипулирования | 8 | 4 | подготовка домашнего задания | 4 | домашнее задание |
| 4. | Тема 4. Прагмасематические средства манипулирования | 8 | 5 | подготовка домашнего задания | 2 | домашнее задание |
| | | | | подготовка к контрольной работе | 4 | контрольная работа |
| | Итого | | | | 18 | |

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

технологии поддерживающего обучения (объяснительно-иллюстративное обучение, технология разноуровневого обучения) технологии развивающего обучения (технология проблемного обучения, технология учебной дискуссии); технологии концентрированного обучения; технологии коллективной мыследеятельности.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Классификация инструментов маркетинга

устный опрос , примерные вопросы:

Примерный перечень вопросов: 1.Медийная реклама 2.Поисковый маркетинг (SEO, SEM). 3.Маркетинг в социальных сетях (SMM) 4.Лидогенерация

Тема 2. Язык как основа маркетинговых коммуникаций

устный опрос , примерные вопросы:

Примерный перечень вопросов: 1.Тактики использования языка как эффективного средства манипулятивного воздействия. 2.Принципы построения рекламного обращения.

Тема 3. Морфо-синтаксические средства манипулирования

домашнее задание , примерные вопросы:

Выявить морфо-синтаксические особенности в инструментах интернет-маркетинга.

Тема 4. Прагмасематические средства манипулирования

домашнее задание , примерные вопросы:

Выявить прагмасемантические особенности в инструментах интернет-маркетинга.

контрольная работа , примерные вопросы:

Задания: 1. Определить инструмент маркетинга. 2. выявить языковые особенности инструмента маркетинга.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Примерный перечень вопросов к зачету:

1.Классификация инструментов маркетинга.

Лингафонный кабинет представляет собой комплекс мультимедийного оборудования и программного обеспечения для обучения иностранным языкам, включающий программное обеспечение управления классом и SANAKO Study 1200, которые дают возможность использования в учебном процессе интерактивные технологии обучения с использованием современных мультимедийных средств, ресурсов Интернета.

Программный комплекс SANAKO Study 1200 дает возможность инновационного ведения учебного процесса, он предлагает широкий спектр видов деятельности (заданий), поддерживающих как практики слушания, так и тренинги речевой активности: практика чтения, прослушивание, следование образцу, обсуждение, круглый стол, использование Интернета, самообучение, тестирование. Преподаватель является центральной фигурой процесса обучения. Ему предоставляются инструменты управления классом. Он также может использовать многочисленные методы оценки достижений учащихся и следить за их динамикой. SANAKO Study 1200 предоставляет учащимся наилучшие возможности для выполнения речевых упражнений и заданий, основанных на текстах, аудио- и видеоматериалах. Вся аудитория может быть разделена на подгруппы. Это позволяет организовать отдельную траекторию обучения для каждой подгруппы. Учащиеся могут работать самостоятельно, в автономном режиме, при этом преподаватель может контролировать их действия. В состав программного комплекса SANAKO Study 1200 также входит модуль Examination Module - модуль создания и управления тестами для проверки конкретных навыков и способностей учащегося. Гибкость данного модуля позволяет преподавателям легко варьировать типы вопросов в тесте и редактировать существующие тесты.

Также в состав программного комплекса SANAKO Study 1200 также входит модуль обратной связи, с помощью которых можно в процессе занятия провести экспресс-опрос аудитории без подготовки большого теста, а также узнать мнение аудитории по какой-либо теме.

Каждый компьютер лингафонного класса имеет широкополосный доступ к сети Интернет, лицензионное программное обеспечение. Все универсальные лингафонно-программные комплексы подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Компьютер, маркер, доска, проектор

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по специальности: 44.03.01 "Педагогическое образование" и специализации Иностранный (французский) язык .

Автор(ы):

Абдуллина Л.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Агеева А.В. _____

"__" _____ 201__ г.