

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью (английский) БЗ.ДВ.5

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Никитина С.Е. , Смылова Е.В.

Рецензент(ы):

Маклакова Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Маклакова Н. В.

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

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

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

Регистрационный No 941875314

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) преподаватель, б/с Никитина С.Е. Кафедра английского языка Институт языка , Svetlana.Nikitina@kpfu.ru ; преподаватель, б/с Смылова Е.В. кафедра английского языка для естественно-научных специальностей Институт языка , EVSmyslova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Основной целью курса является повышение уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение бакалаврами необходимым уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Наряду с практической целью данный курс ставит образовательные и воспитательные цели: повышение уровня общей культуры и образования студентов, культуры мышления, общения и речи.

Задачами курса являются подготовка студентов-бакалавров к использованию английского языка как средства межкультурной коммуникации и средства профессиональной деятельности.

В задачу практического овладения языком входит формирование навыков и умений самостоятельно работать с документами и специальной литературой на английском языке с целью получения профессиональной информации, поддержания профессиональных контактов и ведения исследовательской работы.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.5 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 1, 2 курсах, 1, 2, 3 семестры.

Настоящая программа носит интегративный характер и предназначена для студентов неязыковых специальностей университета, продолжающих изучать иностранный язык в вузе.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК14 (общекультурные компетенции)	- способностью владеть одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного
ПК9 (профессиональные компетенции)	- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

-правила перевода грамматических конструкций при чтении деловой и научной литературы, владеть деловой и научной терминологией.

2. должен уметь:

переводить, реферировать и аннотировать деловую и научную литературу; беседовать на английском языке по теме изучаемой дисциплины.

3. должен владеть:

письменной и устной речью при чтении деловой и научной литературы; навыками понимания деловой и научной речи на английском языке.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- знать базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности;

- читать и понимать со словарем специальную литературу по широкому и узкому профилю специальности;

- владеть основами публичной речи - делать сообщения, доклады (с предварительной подготовкой).

- участвовать в обсуждении тем, связанных со специальностью (задавать вопросы и отвечать на вопросы);

- владеть основными навыками письма, необходимыми для подготовки публикации, тезисов и ведения переписки;

- иметь представление об основных приемах аннотирования, реферирования и перевода литературы по специальности.

- обладать навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 1 семестре; зачет во 2 семестре; зачет в 3 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. What is Public Relations? Развитие лексических навыков.	1	1-18	0	6	0	домашнее задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. The history of Public Relation. Развитие грамматических навыков	1	1-18	0	6	0	домашнее задание
3.	Тема 3. Ethics and professionalism. Развитие навыков говорения.	1	1-18	0	6	0	домашнее задание
4.	Тема 4. The individual in Public Relations. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотрное, поисковое, аналитическое.	1	1-18	0	6	0	домашнее задание
5.	Тема 5. Public Relations departments and firms. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.	1	1-18	0	6	0	домашнее задание
6.	Тема 6. Research. Письмо	1	1-18	0	6	0	контрольная работа
7.	Тема 7. Programme planning. Закрепление лексических навыков.	2	1-17	0	5	0	домашнее задание
8.	Тема 8. Communication. Закрепление грамматических навыков	2	1-17	0	6	0	домашнее задание
9.	Тема 9. Evaluation. Закрепление навыков говорения.	2	1-17	0	6	0	домашнее задание
10.	Тема 10. Public opinion and persuasion. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотрное, поисковое, аналитическое.	2	1-17	0	6	0	домашнее задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
11.	Тема 11. The audience and how to reach it. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.	2	1-17	0	6	0	домашнее задание
12.	Тема 12. Public Relations and the law. Письмо	2	1-17	0	5	0	контрольная работа
13.	Тема 13. Corporations. Автоматизация лексических навыков.	3	1-18	0	6	0	домашнее задание
14.	Тема 14. Publics and government. Автоматизация грамматических навыков	3	1-18	0	6	0	домашнее задание
15.	Тема 15. International Public Relations. Автоматизация навыков говорения.	3	1-18	0	6	0	домашнее задание
16.	Тема 16. Public Relations for nonprofit organisations. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотровое, поисковое, аналитическое.	3	1-18	0	6	0	домашнее задание
17.	Тема 17. Entertainments and travel. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.	3	1-18	0	6	0	домашнее задание
18.	Тема 18. The Internet and other new technologies. Письмо	3	1-18	0	6	0	контрольная работа
·	Тема . Итоговая форма контроля	1		0	0	0	зачет
·	Тема . Итоговая форма контроля	2		0	0	0	зачет
·	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	зачет

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
	Итого			0	106	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. What is Public Relations? Развитие лексических навыков.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Расширение словарного запаса за счет активного использования студентами словообразовательных средств иностранного языка (словосложения, аффиксации, конверсии), а также неологизмов и заимствований в целях 1) ознакомления студентов с функциональными стилями языка (пресса, научная проза, публицистика и т.д.) и различными сферами общения (регистрами).

Тема 2. The history of Public Relation. Развитие грамматических навыков

практическое занятие (6 часа(ов)):

Грамматические трудности, свойственные письменной научной речи: Пассивный залог. Инговые формы (сравнительный анализ) и сложные конструкции на их основе. Инфинитив, формы, функции и сложные обороты. Различные значения глаголов should и would. Условные предложения. Эмфатические и эллиптические конструкции. Типы текста: микротекст, макротекст, диалогическое/монологическое единство, письменный/устный текст. Структурная, смысловая и коммуникативная целостность текста. Организация текста в соответствии с коммуникативной целью высказывания. Соотношение простых и сложных предложений в тексте, определяемое его коммуникативной функцией.

Тема 3. Ethics and professionalism. Развитие навыков говорения.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Функционально-речевой этикет - формулы речевого этикета: приветствие, прощание, извинение, благодарности, пожелания, вежливый переспрос. -стандарты речевого поведения в ситуациях знакомства, представления, -встречи, визиты, договора, телефонного разговора. -средства установления, поддержания, прерывания, прекращения речевого контакта.

Тема 4. The individual in Public Relations. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотровое, поисковое, аналитическое.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Усвоению подлежат: - определение основного содержания текста по знакомым опорным словам, интернациональной лексике и с помощью лингвистического анализа (морфологической структуры слова, соотношения членов предложения и т.д.).

Тема 5. Public Relations departments and firms. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Проблема адекватности перевода. Полная и неполная адекватность. Специфика научного функционального стиля. Тема и рема. Лингвистические и экстралингвистические трудности перевода.

Тема 6. Research. Письмо

практическое занятие (6 часа(ов)):

Дальнейшее совершенствование умения продуцировать письменное изложение разных видов: доклад, реферат-резюме, реферат-обзор, сочинение-рассуждение, аннотацию и др. в пределах научной тематики. Особое внимание уделяется развитию умения логического построения письменного сообщения, умению выбора адекватных языковых средств.

Тема 7. Programme planning. Закрепление лексических навыков.

практическое занятие (5 часа(ов)):

Расширение словарного запаса за счет активного использования студентами словообразовательных средств иностранного языка (словосложения, аффиксации, конверсии), а также неологизмов и заимствований в целях 1) ознакомления студентов с функциональными стилями языка (пресса, научная проза, публицистика и т.д.) и различными сферами общения (регистрами).

Тема 8. Communication. Закрепление грамматических навыков

практическое занятие (6 часа(ов)):

Грамматические трудности, свойственные письменной научной речи: Пассивный залог. Инговые формы (сравнительный анализ) и сложные конструкции на их основе. Инфинитив, формы, функции и сложные обороты. Различные значения глаголов should и would. Условные предложения. Эмфатические и эллиптические конструкции. Типы текста: микротекст, макротекст, диалогическое/монологическое единство, письменный/устный текст. Структурная, смысловая и коммуникативная целостность текста. Организация текста в соответствии с коммуникативной целью высказывания. Соотношение простых и сложных предложений в тексте, определяемое его коммуникативной функцией.

Тема 9. Evaluation. Закрепление навыков говорения.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Функционально-речевой этикет - формулы речевого этикета: приветствие, прощание, извинение, благодарности, пожелания, вежливый переспрос. -стандарты речевого поведения в ситуациях знакомства, представления, -встречи, визиты, договора, телефонного разговора. -средства установления, поддержания, прерывания, прекращения речевого контакта.

Тема 10. Public opinion and persuasion. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотровое, поисковое, аналитическое.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Усвоению подлежат: - определение основного содержания текста по знакомым опорным словам, интернациональной лексике и с помощью лингвистического анализа (морфологической структуры слова, соотношения членов предложения и т.д.).

Тема 11. The audience and how to reach it. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Проблема адекватности перевода. Полная и неполная адекватность. Специфика научного функционального стиля. Тема и рема. Лингвистические и экстралингвистические трудности перевода.

Тема 12. Public Relations and the law. Письмо

практическое занятие (5 часа(ов)):

Дальнейшее совершенствование умения продуцировать письменное изложение разных видов: доклад, реферат-резюме, реферат-обзор, сочинение-рассуждение, аннотацию и др. в пределах научной тематики. Особое внимание уделяется развитию умения логического построения письменного сообщения, умению выбора адекватных языковых средств.

Тема 13. Corporations. Автоматизация лексических навыков.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Расширение словарного запаса за счет активного использования студентами словообразовательных средств иностранного языка (словосложения, аффиксации, конверсии), а также неологизмов и заимствований в целях 1) ознакомления студентов с функциональными стилями языка (пресса, научная проза, публицистика и т.д.) и различными сферами общения (регистрами).

Тема 14. Publics and government. Автоматизация грамматических навыков

практическое занятие (6 часа(ов)):

Грамматические трудности, свойственные письменной научной речи: Пассивный залог. Инговые формы (сравнительный анализ) и сложные конструкции на их основе. Инфинитив, формы, функции и сложные обороты. Различные значения глаголов should и would. Условные предложения. Эмфатические и эллиптические конструкции. Типы текста: микротекст, макротекст, диалогическое/монологическое единство, письменный/устный текст. Структурная, смысловая и коммуникативная целостность текста. Организация текста в соответствии с коммуникативной целью высказывания. Соотношение простых и сложных предложений в тексте, определяемое его коммуникативной функцией.

Тема 15. International Public Relations. Автоматизация навыков говорения.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Функционально-речевой этикет - формулы речевого этикета: приветствие, прощание, извинение, благодарности, пожелания, вежливый переспрос. -стандарты речевого поведения в ситуациях знакомства, представления, -встречи, визиты, договора, телефонного разговора. -средства установления, поддержания, прерывания, прекращения речевого контакта.

Тема 16. Public Relations for nonprofit organisations. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотровое, поисковое, аналитическое.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Усвоению подлежат: - определение основного содержания текста по знакомым опорным словам, интернациональной лексике и с помощью лингвистического анализа (морфологической структуры слова, соотношения членов предложения и т.д.).

Тема 17. Entertainments and travel. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Проблема адекватности перевода. Полная и неполная адекватность. Специфика научного функционального стиля. Тема и рема. Лингвистические и экстралингвистические трудности перевода.

Тема 18. The Internet and other new technologies. Письмо

практическое занятие (6 часа(ов)):

Дальнейшее совершенствование умения продуцировать письменное изложение разных видов: доклад, реферат-резюме, реферат-обзор, сочинение-рассуждение, аннотацию и др. в пределах научной тематики. Особое внимание уделяется развитию умения логического построения письменного сообщения, умению выбора адекватных языковых средств.

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. What is Public Relations? Развитие лексических навыков.	1	1-18	подготовка домашнего задания	1	домашнее задание
2.	Тема 2. The history of Public Relation. Развитие грамматических навыков	1	1-18	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
3.	Тема 3. Ethics and professionalism. Развитие навыков говорения.	1	1-18	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. The individual in Public Relations. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотровое, поисковое, аналитическое.	1	1-18	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
5.	Тема 5. Public Relations departments and firms. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.	1	1-18	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
6.	Тема 6. Research. Письмо	1	1-18	подготовка к контрольной работе	1	контрольная работа
7.	Тема 7. Programme planning. Закрепление лексических навыков.	2	1-17	подготовка домашнего задания	1	домашнее задание
8.	Тема 8. Communication. Закрепление грамматических навыков	2	1-17	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
9.	Тема 9. Evaluation. Закрепление навыков говорения.	2	1-17	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
10.	Тема 10. Public opinion and persuasion. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотровое, поисковое, аналитическое.	2	1-17	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
11.	Тема 11. The audience and how to reach it. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.	2	1-17	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
12.	Тема 12. Public Relations and the law. Письмо	2	1-17	подготовка к контрольной работе	1	контрольная работа

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
13.	Тема 13. Corporations. Автоматизация лексических навыков.	3	1-18	подготовка домашнего задания	9	домашнее задание
14.	Тема 14. Publics and government. Автоматизация грамматических навыков	3	1-18	подготовка домашнего задания	9	домашнее задание
15.	Тема 15. International Public Relations. Автоматизация навыков говорения.	3	1-18	подготовка домашнего задания	9	домашнее задание
16.	Тема 16. Public Relations for nonprofit organisations. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотровое, поисковое, аналитическое.	3	1-18	подготовка домашнего задания	9	домашнее задание
17.	Тема 17. Entertainments and travel. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.	3	1-18	подготовка домашнего задания	9	домашнее задание
18.	Тема 18. The Internet and other new technologies. Письмо	3	1-18	подготовка к контрольной работе	9	контрольная работа
	Итого				74	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины "Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью" предполагает использование как традиционных (практические занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на семинарских занятиях с фото-, аудио- и видеоматериалами по предложенной тематике.

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

Тема 1. What is Public Relations? Развитие лексических навыков.

домашнее задание , примерные вопросы:

Complete the words from ?Listening? and ?Reading? sections. 1. This accident should not o _____ the fact that train travel is extremely safe. 2. Sereni was lured to Moscow by s _____. 3. Managers have r _____ few details from yesterday?s meet- ing. 4. G _____ that conflict is inevitable, we need to learn how to manage it. 5. Investors feel the company is entering into too many risky t _____. 6. Our company prepares its own p _____ materials. 7. These products are aggressively p _____ and marketed. 8. He decided to travel against the advice of a medical p _____. 9. The final chapter attempts to s _____ the arguments. 10. All our courses can be t _____ to the needs of individuals. 11. Advertisements need to get the m _____ across in 60 seconds or less. 12. We think teenagers are a t _____ a _____ for an anti- smoking campaign. 13. It?s often the bad characters in a story who g _____ our atten- tion. 14. The exhibition has been t _____ to coincide with the publica- tion of her new book. 15. She was given a five-minute s _____ on a local radio show.

Тема 2. The history of Public Relation. Развитие грамматических навыков

домашнее задание , примерные вопросы:

Exercise 1. Complete each sentence using present, past or future simple passive. Practice different types of questions 1. Millions of people watch this programme. This programme is watched by millions of people. 2. The local MP will open a new shopping centre next week. A new shopping centre _____ by the local MP next week. 3. United won the cup last year. Last year the cup _____ by United. 4. Our company sells more than a thousand cars every week. More than a thousand cars _____ by our company every week. 5. Alexander Fleming discovered penicillin in 1928. Penicillin _____ by Alexander Fleming in 1928. 6. They will announce the results of the competition tomorrow. The results of the competition _____ tomorrow. 7. Two million people use the London Underground system every day. The London Underground system _____ by two million people every day. 8. They knocked down the old house on the corner last year. The old house on the corner _____ last year. 9. They publish a lot of books on information technology. A lot of books _____ on information technology. 10. I don?t believe that Shakespeare wrote this play. I don?t believe that this play _____ by Shakespeare. 11. They broadcast the news every day from 6 a.m. till midnight. The news _____ every day from 6 a.m. till midnight. 12. The committee will announce the names of the Nobel Prize winners in May. The names of the Nobel Prize winners _____ by the committee in May.

Тема 3. Ethics and professionalism. Развитие навыков говорения.

домашнее задание , примерные вопросы:

How would you respond to the following situations? 1. The company president asks you to write a news release claiming that a new product is four times better than the competition and that it represents a ?revolutionary? breakthrough in technology. 2. You?re a student intern at a public relations firm. One of your assignments is to call corporations and say you?re a student doing a class project. You would like to know what kinds of outside public relations services would be most helpful to the company. 3. An American company wants to increase its visibility and mar- ket share in Eastern Europe. As director of public relations, you invite a group of German business editors to visit the firm?s headquarters with all expenses paid. 4. Your company, in order to improve the quality and media ac- ceptance of news releases, hires the local daily?s business editor on a retainer fee for periodic advice and counsel. 5. Your company, as part of its Christmas tradition gives journal- ists who regularly cover it an expensive gift. Last year, it was a weekend at a local resort.

Тема 4. The individual in Public Relations. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотровое, поисковое, аналитическое.

домашнее задание , примерные вопросы:

Read the following text and answer these questions. 1. What is PR-specialist's nature of work? 2. How busy are public relations specialists? 3. What ways to enter into the PR-career do people have today? 4. What personal qualities should a PR-specialist have? An organization's reputation, profitability, and even its continued existence can depend on the degree to which its targeted publics support its goals and policies. Public relations specialists ? also referred to as communications specialists and media special- ists, among other titles ? serve as advocates for businesses, non- profit associations, universities, hospitals, and other organizations, and build and maintain positive relationships with the public. As managers recognize the importance of good public relations to the success of their organizations, they increasingly rely on public re- lations specialists for advice on the strategy and policy of such programs. Public relations specialists handle organizational func- tions such as media, community, consumer, industry, and go- vernmental relations; political campaigns; interest-group represen- tation; conflict mediation; and employee and investor relations. They do more than ?tell the organization?s story.? They must un- derstand the attitudes and concerns of community, consumer, em- ployee, and public interest groups and establish and maintain co- operative relationships with them and with representatives from print and broadcast journalism.

Тема 5. Public Relations departments and firms. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.

домашнее задание , примерные вопросы:

Translate the following words and word-combinations from Rus- sian into English using active vocabulary. Выступать в поддержку бизнес-структур; принципы и методы; придавать особое значение созданию сообщений для СМИ; интернатера неполного дня; местное отделение; серия опубликованных статей; программа обучения; аккредитация; тест на готовность; письменное представление; стимулировать спрос; подотчётность организаций; установки и стратегии; поддерживать положительные отношения с общественностью; исполнять функции; уметь понять позицию и заботы местного общества; составлять пресс-релизы; способствовать решению проблемы; разрабатывать общие проекты и стратегии; полу- чить солидное образование в области экономики; ключевые моменты бизнеса.

Тема 6. Research. Письмо

контрольная работа , примерные вопросы:

Give a written summary of the topic ?research in public relations and different research techniques used? (350 words).

Тема 7. Programme planning. Закрепление лексических навыков.

домашнее задание , примерные вопросы:

Complete the words from ?Listening? and ?Reading? sections. 1. The principal o_____ of the department is to identify market opportunities. 2. A decision was taken to p_____ investment in alternative energy supplies. 3. They are attempting to m_____ their restaurant into a loca- tion for business lunches. 4. The charity is trying to promote positive i_____ of mental handicap. 5. It was soon clear that the measures were not having the d_____ effect. 6. The b_____ w_____ of the moment is accountability. 7. His speech served only to s_____ the differences between the two men. 8. I?d like to see more f_____ on economic policy. 9. It will take some organizing, but I think it?s d_____. 10. The l_____ -r_____ weather forecast predicts an unusually cold winter.

Тема 8. Communication. Закрепление грамматических навыков

домашнее задание , примерные вопросы:

Exercise 26. Complete the text. Use only one word in each space. A couple of months ago, I bought an old house in the country, and I?m (1) _____ it done up. Most of the windows are broken, so I?ll have (2) _____ replaced as soon as I can. A lot of the roof tiles are missing as well, and I (3) probably need to (4) _____ the whole roof retiled. Inside, I?m going to (5) _____ central heating put in, which will be another big job. Fortunately, the wiring of the house is fine, so I don?t need to have (6) _____ rewired. That?ll save some money. But the first thing I want to do is (7) _____ the wall between the dining room and living room knocked down to make one big room. I?m going to redecorate the house myself rather than have it (8) _____ by professionals, because I love painting and I want to do it myself. The only problem is that I (9) _____ all my paints and brushes stolen a few days ago. I suppose it was fortunate my car (10) _____ not stolen as well!

Тема 9. Evaluation. Закрепление навыков говорения.

домашнее задание , примерные вопросы:

Problem Solving The department of transportation, with 17 rideshare groups, is planning a Rideshare Week. The objective is to increase participation in carpooling and use of mass transit during this special week. A long-term objective, of course, is to increase the number of people who use carpools or mass transit on a regular basis. Your public relations firm is retained to promote Rideshare Week. Your campaign will include a news conference with the governor encouraging participation, press kits, news releases, interviews on broadcast talk shows, special events, and distribution of Rideshare information booklets at major businesses. What methods would you use to evaluate the effectiveness of your public relations efforts on behalf of Rideshare Week?

Тема 10. Public opinion and persuasion. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотровое, поисковое, аналитическое.

домашнее задание , примерные вопросы:

Read the text ?Source Credibility? and answer these questions. 1. Why is it important for a message to have credibility? 2. What are the three factors that source credibility is based on? Source Credibility A message is more believable to the intended audience if the source has credibility. This was Aristotle's concept of ethos, and it explains why organizations use a variety of spokespeople, depending upon the message and the audience. Source credibility is based on three factors. One is expertise. Does the audience perceive the person as an expert on the subject? Companies, for example, use engineers and scientists to answer news conference questions about how an engineering process works or whether an ingredient in the manufacturing process of a product presents a potential hazard. The second component is sincerity. Does the person come across as believing what he or she is saying? Robin Williams may not be an expert on all the products he endorses, but he does get high ratings for sincerity. The third component, even more elusive, is charisma. Is the individual attractive, self-assured, and articulate, projecting an image of competence and leadership?...

Тема 11. The audience and how to reach it. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.

домашнее задание , примерные вопросы:

Translate the following text from English into Russian. Our lives feel the impact of television more than that of any other communication medium. More than 1500 television stations are in operation, projecting over-the-air visual programming. According to estimates provided by the A.C. Nielsen Company, the major rating firm for national programming, more than 95 million American households own television sets. According to Nielsen statistics, the average American family watches television about seven hours a day. The fundamental factor that differentiates television from the other media and gives it such persuasive impact is the visual element. Producers of entertainment shows, newscasts, and commercials regard movement on the screen as essential. Something must happen to hold the viewer's attention. Persons talking on the screen for more than a brief time without movement, or at least a change of camera angle, are belittled as ?talking heads.? Because of this visual impact, television emphasizes personality. Entertainment programs are built around stars. Only on television do news reporters achieve ?star quality.? When public relations people plan material for television, they should remember the importance of visual impact and personality.

Тема 12. Public Relations and the law. Письмо

контрольная работа , примерные вопросы:

Give a written summary of the topic ?legal aspects in the work of a public relations practitioner? (350 words).

Тема 13. Corporations. Автоматизация лексических навыков.

домашнее задание , примерные вопросы:

Complete the words from ?Listening? and ?Reading? sections. 1. A corporation?s actions should always be technically s _____. 2. The aim of a public relations practitioner is to f _____ constructive and socially aware behavior. 3. Each big company should strive to create an image of a caring c _____ c _____. 4. The crisis was followed by a l _____ - s _____ d _____. 5. Top management should think about d _____ as individu- als, not as statistics. 6. When you fire people it is good for a company?s image to pro- vide them with a f _____ c _____. 7. It can be difficult to convince the public that the l _____ have been justified. 8. Public demand for protection of the environment places a h _____ b _____ on corporations. 9. R _____ is one of the ways to help clean the environment. 10. It is advisable to have a crisis plan ready in case of an environ- mental b _____.

Тема 14. Publics and government. Автоматизация грамматических навыков

домашнее задание , примерные вопросы:

Exercise 1. Use the appropriate form of the Infinitive (Active or Passive). 1. A twelve-year-old girl was the first ____ his attention or ____ by him. (attract, attract) 2. I lack the will-power ____ anything with my life, ____ my position by hard work. (do, better) 3. There?s no time _____. (lose) 4. She put on the cap and turned round _____. (admire) 5. He did nothing from morning till night but ____ at random. (wander) 6. Arthur couldn?t but ____ at Daniel in silence. (glance) 7. I like ____ presents to my friends but even more I like ____ gifts. (give, give) 8. The child is so pale! She ought ____ a change of food and air. (have) 9. The third key remained _____. (test) 10. He only pretends ____ the books on the desk. (arrange) 11. He?s trying ____ down his excitement. (calm) 12. The case was urgent. The man had _____. (operate on) 13. English people don?t like ____ what to do. (tell) 14. Well sir, I want ____ my words back. I am sorry ____ you name. (take, call) 15. One window remained _____. (wash)

Тема 15. International Public Relations. Автоматизация навыков говорения.

домашнее задание , примерные вопросы:

Problem Solving In the Czech Republic, to improve the country?s economy, the national tourist agency wants to promote Prague as the premier tourist destination in Eastern Europe for foreign tourists. The Czech Republic had many features to recommend it. Much of the country was spared extensive bombing during World War II, and it has ancient castles, buildings, and medieval churches that are among the finest in Europe. Prague, the capital, is a par-ticularly beautiful city with Old-World charm. Food and lodging are relatively inexpensive, in comparison to costs in other European capitals. Your public relations firm is retained by the Czech Tourist Agency to attract American tourists. What are your recommenda- tions regarding: ? Specific audiences to be reached, ? Key themes that should be emphasized, ? The publicity and promotional techniques that would be used? Brainstorm the ideas that can be used to devise a PR campaign.

Тема 16. Public Relations for nonprofit organisations. Коммуникативное чтение текстов по специальности: изучающее, просмотровое, поисковое, аналитическое.

домашнее задание , примерные вопросы:

Public Relations Input into Fund-Raising for Nonprofit Organizations A major broad area of public relations work includes nonprof- it institutions. The goal of these institutions is not to make a com- mercial profit but to improve the human condition in many ways. Much as they differ in purpose, nonprofit organizations have com- mon problems and needs. They are tax-exempt, yet such organiza- tions as a whole face an unending task of raising money to pay their expenses and finance their projects. The role of public relations in promoting the work of these organizations and aiding them financially is essential. Public rela- tions representatives may participate directly in fund-raising by or- ganizing and conducting solicitation programs or they may serve as consultants to specialized development departments of their organ- izations. Organizations often employ professional firms to conduct their campaigns on a fee basis. In that case, the organization?s pub- lic relations representatives usually have a liaison function. Fund-raising involves risks as well as benefits. Adherence to high ethical standards of solicitation and close control of money- raising costs, so that expenses constitute only a reasonable percen- tage of the funds collected, are essential if an organization is to maintain public credibility.

Тема 17. Entertainments and travel. Перевод научно-исследовательских текстов по специальности с английского языка на русский.

домашнее задание , примерные вопросы:

Translate the following text from English into Russian. The sports mania flourishing in the United States and in various forms around the world is stimulated by intense public relations efforts. Programs at both the big-time college and professional levels seek to arouse public interest in teams and players, sell tickets to games, and publicize the corporate sponsors who subsidize many events. Increasingly, too, sports publicists work with marketing specialists to promote the sale of booster souvenirs and clothing, a lucrative sideline for teams. Sports publicists use the normal tools of public relations ? press kits, statistics, interviews, television appearances, and the like ? to distribute information. But dealing with facts is only part of their role; they also try to stir emotions. For college publicists, this means creating enthusiasm among alumni and making the school glamorous and exciting in order to recruit high school students. Publicists for professional teams work to make them appear to be hometown representatives of civic pride, not merely athletes playing for high salaries.

Тема 18. The Internet and other new technologies. Письмо

контрольная работа , примерные вопросы:

Summary Write a summary of the topic ?the role of the internet and other technologies in public relations activities? (350 words). Translation Translate the following words and word-combinations from Russian into English using active vocabulary. Отдел новостей; компания по рассылке пресс-релизов; распространять информацию; видео пресс-релиз; получить эфирное время; отснятый видеоматериал; аудио пресс-релиз; телеконференция; интернет-вещание; транслировать что-либо по Интернету; спутниковый медиа-тур; рекламировать; создать сайт в Интернете; сенсационные новости; найти отклик у кого-то; комментировать что-то; стать подписчиком; вести подкаст о чем-то; адаптировать новостные источники к требованиям пользователя; получить быструю обратную связь.

Тема . Итоговая форма контроля

Тема . Итоговая форма контроля

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1) Коммуникативное чтение: текст делового характера не более 1200 п.з. на поисковое чтение (с последующим письменным ответом на вопросы) или на устное реферирование - 15 минут;

More than a dozen American companies deliver news releases electronically to large newspapers and other major news media offices. In the receiving newsrooms these releases are fed into computers, to be examined by editors on video display terminals. The difference between news release delivery firms and traditional news services such as the Associated Press is this: newspapers, radio, and television stations pay large fees to receive the reports of the news services, which maintain staffs of editors and reporters to gather, analyze, select, and write the news in a neutral style. On the other hand, the news release delivery companies are paid by creators of news releases to distribute those releases to the media, which pay nothing to receive them. These delivery services are prepaid transmission belts, not selectors of material. They do enforce editing standards and occasionally reject releases as unsuitable.

Electronically delivered news releases have an advantage over the conventional variety - releases transmitted by satellite tend to receive closer, faster attention from media editors than those arriving by mail.

2) Беседа по темам, изученным в семестре

What is Public Relations?

The history of Public Relation.

Ethics and professionalism.
The individual in Public Relations.
Public Relations departments and firms.
Research.
Programme planning.
Communication.
Evaluation.
Public opinion and persuasion.
The audience and how to reach it.
Public Relations and the law.
Corporations.
Publics and government.
International Public Relations.
Public Relations for nonprofit organisations.
Entertainments and travel.
The Internet and other new technologies.

7.1. Основная литература:

Гуревич В.В. Практическая грамматика английского языка. Упражнения и комментарии: учебное пособие. - М.: Изд-во: Флинта; Наука, 2012 г. - 292с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=454947>

Данчевская О.Е., Малёв А.В. English for Cross-Cultural and Professional Communication. Английский язык для межкультурного и профессионального общения: учебное пособие. - М.: Изд-во: Флинта, 2011 - 194 с. - <http://znanium.com/bookread.php?book=454058>

7.2. Дополнительная литература:

Севастьянова Н.В. Everyday Topics for Discussion: учебное пособие. - М.: Изд-во: Флинта; Наука, 2009 - 203 с. - <http://znanium.com/bookread.php?book=320798>

Комаров А.С. A Practical Grammar of English for Students. Практическая грамматика английского языка для студентов: учебное пособие. - М.: Изд-во: Флинта, 2012. - 243 с. - <http://znanium.com/bookread.php?book=455224>

Oxenden, Clive. New English file: pre-intermediate: student's book / Clive Oxenden, Christina Latham-Koenig, Paul Seligson. - Oxford: Oxford University Press, 2008.-159с 59 экз.

Oxenden, Clive. New English file: pre-intermediate: workbook / Clive Oxenden, Christina Latham-Koenig, Paul Seligson.- Oxford: Oxford University Press, 2008.-79 с.
59 экз.

7.3. Интернет-ресурсы:

All About Public Relations - - <http://www.aboutpublicrelations.net/mpreviss.htm>

Journal of Public Relations Research - - Journal of Public Relations Research

Public Relations Review - - <http://www.journals.elsevier.com/public-relations-review/>

What is Public Relations? - - <http://www.wisegeek.com/what-is-public-relations.htm>

Библиороссика - <http://www.bibliorossica.com>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью (английский)" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Лингафонный кабинет, представляющий собой универсальный лингафонно-программный комплекс на базе компьютерного класса, состоящий из рабочего места преподавателя (стол, стул, монитор, персональный компьютер с программным обеспечением SANAKO Study Tutor, головная гарнитура), и не менее 12 рабочих мест студентов (специальный стол, стул, монитор, персональный компьютер с программным обеспечением SANAKO Study Student, головная гарнитура), сетевого коммутатора для структурированной кабельной системы кабинета.

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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань" , доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

и

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте .

Автор(ы):

Никитина С.Е. _____

Смылова Е.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Маклакова Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.