

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт филологии и межкультурной коммуникации
Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

 Е.А. Турилова

28 февраля 2025 г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Иностранный язык

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): доцент, к.н. Бурлакова Э.В. (кафедра романо-германской филологии, Высшая школа зарубежной филологии и межкультурной коммуникации им И А Бодуэна де Куртенэ), ElzVGaripova@kpfu.ru ; доцент, к.н. Салиева Р.Н. (кафедра романо-германской филологии, Высшая школа зарубежной филологии и межкультурной коммуникации им И А Бодуэна де Куртенэ), Rimma.Saileva@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- стиль общения на иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства;
- понятия, профессиональные термины, используемые в PR и в рекламе;
- характеристики рекламного, PR и журналистского текста

Должен уметь:

- вести деловую переписку на русском языке и иностранном(ых) языке(ах) с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;
- ориентироваться в системе информационных материалов PR-коммуникации

Должен владеть:

- навыками публичного выступления на русском языке и иностранном(ых) языке(ах), строить свое выступление с учетом аудитории и цели общения;
- приёмами и методами создания текстов, используемых в сфере связей с общественностью, в рекламе

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Бренд-коммуникации и дизайн рекламы)" и относится к обязательной части ОПОП ВО.

Осваивается на 1, 2 курсах в 1, 2, 3, 4 семестрах.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных(ые) единиц(ы) на 324 часа(ов).

Контактная работа - 218 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 216 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 2 часа(ов).

Самостоятельная работа - 88 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 18 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: отсутствует в 1 семестре; экзамен во 2 семестре; отсутствует в 3 семестре; экзамен в 4 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тель-ная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
N	Разделы дисциплины / модуля	Се-местр	Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	Само-стоя-тель-ная ра-бота
1.	Тема 1. What is Public Relations?	1	0	0	12	12	0	0	12
2.	Тема 2. Related sciences (advertising, marketing and journalism)	1	0	0	12	12	0	0	12
3.	Тема 3. Ethics in PR	1	0	0	12	12	0	0	12
4.	Тема 4. PR Models	2	0	0	24	12	0	0	10
5.	Тема 5. Publics, markets, and audiences	2	0	0	24	12	0	0	8
6.	Тема 6. PR in Russia	2	0	0	24	12	0	0	8
7.	Тема 7. Case study	3	0	0	18	0	0	0	6
8.	Тема 8. Public relations activities	3	0	0	18	0	0	0	6
9.	Тема 9. Writing in PR	3	0	0	18	0	0	0	6
10.	Тема 10. Role of image in PR	4	0	0	18	0	0	0	3
11.	Тема 11. News releases. Writing for the web. The speechwriting process. Writing position statements. Writing for newsletters.	4	0	0	18	0	0	0	3
4.2	Тема 12. Suggested style for correspondence. Writing a CV. Writing reports and minutes.	4	0	0	18	0	0	0	2
<p>Тема 1. What is Public Relations?</p> <p>Public relations involves the cultivation of favorable relations for organizations and products with its key publics through the use of a variety of communications channels and tools. Traditionally, this meant public relations professionals would work with members of the news media to build a favorable image by publicizing the organization or product through stories in print and broadcast media.</p>									

Тема 2. Related sciences (advertising, marketing and journalism)

As marketing and public relations expanded their spheres of activities and as they became more aggressive in communicating with more and more and ever-larger publics, they often ended up talking to the same publics, and they sometimes used the same techniques to do it.

This is the field most commonly confused with PR - not unreasonably since marketing refers to PR in its texts and practice as part of the marketing mix. To marketing practitioners and academics, public relations is one of the four Ps - product, place, price and promotion - which make up a successful marketing campaign. The use of public relations to promote goods and services is sometimes called marketing public relations (MPR). There is some dispute about how useful this term is, but it could reduce the confusion caused by using the same term - public relations - to describe promoting products and planning strategic communications.

Тема 3. Ethics in PR

The Public Relations department is frequently the ethical heart of an organization. Internal and external PR communications control of the flow of good and bad news to the staff and community. The PR team copes with company crises. PR pros sit at the elbows of top officers drafting a company's mission statements, its strategies, and its vision.

Тема 4. PR Models

As public relations developed over the past 100-plus years, it has evolved to meet the changing needs of clients and to reflect changes in society. J. E. Grunig and T. Hunt have articulated four models that represent the practice of contemporary American public relations, and which also depict its evolution.

Тема 5. Publics, markets, and audiences

Effective public relations begins with knowing who you deal with. The public relations practitioner, therefore, begins by identifying the organization's publics, groups of people connected with the organization. This requires a general understanding of what a "public" is as well as knowledge about the various types of publics relevant to most organizations. To identify an organization's publics, you must be able to distinguish publics from other groups that are of interest to the organization. In particular, publics are often confused with audiences and markets. The truth, however, is that these groups are distinct in significant ways.

Тема 6. PR in Russia

The development of public relations in Russia differs significantly from the development of this profession in the United States. This difference is created not only by the youth of the fields in Russia, but also by the lack of Russian scholarly works about the theory of public relations. Public relations theory is heavily drawn from journalism, whose impact on Russian public relations has to be addressed.

Тема 7. Case study

The case study is a descriptive, qualitative research method that analyzes in great detail a person, an organization, or an event. Case studies are found in most applied areas, such as business, law, and marketing, and offer insight into practices and tactics. The case study's major advantage is the detail and analysis it provides of a specific person, organization, or event. Its major disadvantage is that it cannot be generalized to situations other than the one that was studied. A major problem in using case studies is the "it worked here, it will work for me" mode—that is, trying to take specific tactics or messages from one case and apply them to another. Even in situations where cases are within an industry, trying to compare case 1 to case 2 is like trying to compare apples to oranges.

Тема 8. Public relations activities

Evidence of public relations abounds throughout the written history of civilization, suggesting that it is a natural and essential part of the fabric of society. Societies separated by miles and centuries display the elements of today's public relations practice: information, persuasion, reconciliation and cooperation. People sometimes fail to comprehend the breadth of public relations, seeing only some of its activities. Two aspects of public relations - publicity and promotion - often are mistaken for the whole.

Тема 9. Writing in PR

Among the many tasks performed by public relations practitioners, writing most certainly tops the list. Practitioners develop various written pieces—media releases, newsletters, brochures, pamphlets, manuals, promotional materials, business correspondence, and proposals—to communicate information to people inside and outside of the organization. Public relations writing should educate, persuade, or motivate.

Тема 10. Role of image in PR

There are several different sorts of image, all of which have roles for public relations:

the mirror image - what we think we look like often an illusion due to wishful thinking.

the current image - what people outside think of an organization, or a person. Often this image is due to misunderstanding, lack of knowledge and understanding, or even to hostility.

the wish image - the image that the organization wishes to achieve. This type of image mostly applies to something new.

the corporate image - the image of an organization. This is very important in public relations terms, and is made up of many facts, such as its history, reputation, stability, financial success etc. The corporate image is how an organization presents itself to the outside world.

the multiple image - sometimes organizations have different divisions, with each having its own, quite separate corporate identity, or image. This can be confusing to the public, but can be overcome by using symbols, badges or other means to provide an identifiable group image.

Тема 11. News releases. Writing for the web. The speechwriting process. Writing position statements. Writing for newsletters.

Mind that the proper term is news release, not press release and certainly not handout. Strictly speaking, radio and television reporters are not the press; along with print and online journalists, they all are members of the news media.

In 1758, King's College (now Columbia University) wrote the world's first news release, announcing its graduation ceremonies. Despite today's fragmentation of the mass media and the emergence of new opportunities with organizational and interactive media, news releases remain an important tool for the public relations writer. An estimated 40 to 70 percent of material in the average daily newspaper has been linked to news releases, which provide journalists with both information and interview possibilities. A news release may announce an event or provide a follow-up report. It may present the organization's position on an issue or report significant progress within the organization.

Тема 12. Suggested style for correspondence. Writing a CV. Writing reports and minutes.

The key to successful emailing depends not on informality (u for you) as once the case, but on treating emails just like a posted letter. By this I do not mean that all the rules for addressing, date and file reference need to be ruthlessly followed, rather there is room for a little levity that would otherwise not be prudent or desirable. In some senses, the email is just as significant as the typed, signed and mailed letter to clients, customers and suppliers. It demands the same degree of care in presentation and writing style as following the rules of grammar and punctuation. An email is a legal document as witnessed in recent court cases. It therefore demands the same attention to detail in what and how the message is expressed.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

Cambridge English - <https://www.cambridgeenglish.org/>

Puzzle English - <https://puzzle-english.com/>

Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - <https://znanium.com/>

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Cambridge English - <https://www.cambridgeenglish.org/>

Puzzle English - <https://puzzle-english.com/>

Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - <https://znanium.com/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<ul style="list-style-type: none"> – формировать развитие всех компонентов иноязычной коммуникативной компетенции: речевого, языкового, социокультурного, компенсаторного, учебно-познавательного; – формировать представления обучающихся об английском языке как о языке международного общения и средстве приобщения к ценностям мировой культуры и национальных культур; – совершенствовать умение общаться на английском языке в различных речевых ситуациях на различные темы, том числе в сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами устной и письменной речи, социокультурной спецификой стран(ы) изучаемого языка; – развивать умение использовать английский язык как средство получения необходимой информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях, в том числе в сети Интернет; – совершенствовать умение использовать приобретенный словарный запас в коммуникативных целях, овладевать новыми языковыми средствами, обогащая словарный запас и грамматический строй речи.
самостоятельная работа	<ul style="list-style-type: none"> - закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, полученных во время занятий; - формирование умений и навыков самостоятельного умственного труда; - овладение формами взаимоконтроля и самоконтроля; - развитие самостоятельности мышления; - формирование волевых качеств, способности к самоорганизации, творчеству. - формирование лексико-грамматических навыков; <p>Рекомендации по выполнению самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить цели задания; - соблюдать принципы последовательности и постепенности; - при работе с источниками выделять главное; - проверить правильность выполнения работы по степени достижения поставленной цели.
экзамен	<ul style="list-style-type: none"> – полное знание всего учебного материала по курсу, выражающееся в строгом соответствии излагаемого студентом материалу учебника, лекций и семинарских занятий; – свободное оперирование материалом, выражающееся в выходе за пределы тематики конкретного вопроса с целью оптимально широкого освещения вопроса; – демонстрация знаний дополнительного материала; – чёткие правильные ответы на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменатором с целью выяснить объём знаний студента.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Бренд-коммуникации и дизайн рекламы".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.01 Иностранный язык

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Основная литература:

1. Данчевская О. Е. English for Cross-Cultural and Professional Communication. Английский язык для межкультурного и профессионального общения [Электронный ресурс] : учеб.пособие / О.Е. Данчевская, А.В. Малёв. - 2-е изд., стер. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. - 192 с.

<http://znanium.com/bookread2.php?book=454058>

2. Речевой практикум по английскому языку. В 2 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс]: учеб. пособ. / А.А. Дрюченко, Е.В. Козыренко, О.В. Мякушкина, М.В. Ивлева - Воронеж : ВГУИТ, 2016. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785000322185.html>

3. English. Free Conversation [Электронный ресурс] / Кушникова Г.К. - М. : ФЛИНТА, 2018. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976506510.html>

4. Everyday Topics for Discussion [Электронный ресурс] / Севастьянова Н.В. - М. : ФЛИНТА, 2018. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976507517.html>

5. Words for Fluency. Learning and Practicing the Most Useful Words of English [Электронный ресурс] / Науменко Л.К. - М. : Проспект, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392229819.html>

Дополнительная литература:

1. Кожеева М.Г. Revision Tables Student's Grammar Guide. Грамматика английского языка в таблицах: Учебное пособие / М.Г. Кожеева, О.С. Кожеева. - М.: Флинта: Наука, 2010. - 120 с. - ISBN 978-5-9765-0776-0.

<http://znanium.com/bookread2.php?book=240046>

2. Комаров А.С. A Practical Grammar of English for Students. Практическая грамматика английского языка для студентов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.С. Комаров. - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, 2012. - 248 с. - ISBN 978-5-89349-848-6

<http://znanium.com/bookread2.php?book=455224>

3. Новикова, И. А. Английский язык. Практический курс для художников и искусствоведов: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по пед. специальностям (ГСЭ. Ф. 01 - 'Иностр. язык') / И. А. Новикова, Т. А. Быля, Е. Э. Кожарская. - Москва : ВЛАДОС, 2008. - 240 с. - <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785691016516.html>

4. Практический курс английского языка : лексико-грамматические упражнения и тесты [Электронный ресурс]: учебное пособие / Дудорова Э.С. - СПб.: КАРО, 2015. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785992510317.html>

5. Теория и практика межкультурной коммуникации [Электронный ресурс] / Кулинич М.А. - М. : ФЛИНТА, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976528239.html>

6. Улучши свой английский [Электронный ресурс] / Матюшенков В.С. - М. : ФЛИНТА, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976501232.html>

7. Язык общения. Английский для успешной коммуникации [Электронный ресурс] / Коноваленко Ж.Ф. - СПб.: КАРО, 2009. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785992503272.html>

8. New Highway to English. Быстрый путь к английскому [Электронный ресурс] / Ж.Н. Маслова, Л.В. Татару, Т.А. Балашова - М. : ФЛИНТА, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976506527.html>

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.01 Иностранный язык*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. 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, учебно-методические комплексы, 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 образования (ФГОС ВО) нового поколения.