

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по образовательной деятельности КФУ

 Е.А. Турилова

28 февраля 2025 г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Иностранный язык профессионального общения

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

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): старший преподаватель, б/с Гаврилов А.Р. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), ARGavrilov@kpfu.ru Загайнов А.В.

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
ОПК-1	способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
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:

- правила оформления письменной, устной монологической и диалоговой речи в ситуациях делового и профессионального общения;
- лексический минимум и в условиях профессионального общения;
- основы грамматики изучаемого иностранного языка в условиях научного, делового и профессионального общения.

Должен уметь:

- работать с англоязычными источниками информации с целью удовлетворения профессиональных потребностей;
- понимать устную (монологическую и диалогическую) профессиональную речь;
- общаться на иностранном языке в профессиональных ситуациях, переводить тексты на профессиональную тематику с иностранного языка на русский и наоборот.

Должен владеть:

- различными видами чтения адаптированной и оригинальной литературы (просмотровое, поисковое, аналитическое, с целью извлечения конкретной информации);
- основными навыками письменной коммуникации, необходимыми для ведения переписки в деловых и профессиональных целях;
- владеть языком на уровне, достаточном для межличностного общения и базовой профессиональной деятельности.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- применять полученные знания на практике.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.19 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью)" и относится к обязательной части ОПОП ВО.

Осваивается на 1, 2, 3, 4 курсах в 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 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 22 зачетных(ые) единиц(ы) на 792 часа(ов).

Контактная работа - 528 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 528 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 183 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 81 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 1 семестре; экзамен во 2 семестре; зачет в 3 семестре; экзамен в 4 семестре; зачет в 5 семестре; зачет в 6 семестре; экзамен в 7 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-тельная 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	
1.	Тема 1. Jobs, Roles and the Workplace	1	0	0	34	0	0	0	20
2.	Тема 2. Communication and Personal Effectiveness	1	0	0	34	0	0	0	20
3.	Тема 3. Project and Process Management	2	0	0	48	0	0	0	30
4.	Тема 4. Products, Customers and Sales	2	0	0	48	0	0	0	27
5.	Тема 5. Business Travel and Logistics	3	0	0	51	0	0	0	21
6.	Тема 6. Innovation, Entrepreneurship and Business Growth	3	0	0	51	0	0	0	21
7.	Тема 7. Business Strategy and Global Outlook	4	0	0	48	0	0	0	10
8.	Тема 8. Security, Environment, and Responsibility	4	0	0	48	0	0	0	11
9.	Тема 9. Marketing Foundations	5	0	0	17	0	0	0	1
10.	Тема 10. Analytical Support of PR	5	0	0	17	0	0	0	1
11.	Тема 11. Integrated Marketing Communications	5	0	0	17	0	0	0	1
12.	Тема 12. Theory and Practice of Advertising	5	0	0	17	0	0	0	1
13.	Тема 13. Theory and Practice of PR	6	0	0	22	0	0	0	3
14.	Тема 14. Sociology of Mass Communications	6	0	0	21	0	0	0	3
15.	Тема 15. Branding	6	0	0	21	0	0	0	2
16.	Тема 16. Image Studies	7	0	0	8	0	0	0	4
17.	Тема 17. Media Relations	7	0	0	10	0	0	0	4
18.	Тема 18. Theory and Practice of Mass Communications	7	0	0	8	0	0	0	2
19.	Тема 19. Psychology of Mass Communications	7	0	0	8	0	0	0	1
	Итого		0	0	528	0	0	0	183

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Jobs, Roles and the Workplace

This unit focuses on how to describe your professional role, company structure, and workplace environment. Students will learn vocabulary and structures to talk about their responsibilities, company departments, internal systems, and relationships between employees and employers. The unit also includes how to describe the facilities and layout of a company, helping students confidently present where they work and what they do in both formal and informal contexts.

Тема 2. Communication and Personal Effectiveness

This theme helps students develop soft skills that are vital for success in the workplace. Topics include how to manage work-life balance, make a good first impression, and maintain motivation over time. Students will explore how personality influences communication and decision-making, practice discussing and solving problems, and reflect on their own personal qualities and goals. The unit also addresses time management, personal development planning, and taking career breaks as a strategic life decision.

Tema 3. Project and Process Management

In this unit, learners explore how to talk about current and past projects, manage tasks, and describe business processes clearly and accurately. The focus is on presenting workflows, discussing team responsibilities, and evaluating outcomes. Students will learn the language for performance reviews and staff assessments, enabling them to participate in professional conversations about productivity and improvement. It also includes discussing objectives, deadlines, and the tools used to track progress.

Tema 4. Products, Customers and Sales

This section introduces the essential language for describing products and services, engaging with customers, and understanding customer service practices. Students learn how to process orders, handle complaints, and describe delivery procedures. The unit also explores the basics of selling and advertising, how to use customer data effectively, and the importance of building strong customer relationships. Business hospitality is also covered as a tool for maintaining long-term client engagement.

Tema 5. Business Travel and Logistics

This unit focuses on vocabulary and communication skills related to business travel and logistics. Students will learn how to talk about air travel, plan business trips, and deal with common travel-related issues. They will also explore the basics of logistics, including the transportation and delivery of goods, and how these operations impact business performance. Practical scenarios help learners gain confidence in discussing itineraries, travel arrangements, and logistical planning in a global business context.

Tema 6. Innovation, Entrepreneurship and Business Growth

This topic centers on innovation and the development of new business ideas. Students will learn how to describe innovative products, present startup ideas, and discuss technologies used in modern entrepreneurship. The unit also explores financing strategies, such as pitching ideas to investors or applying for business loans. Learners will discuss the process of launching a company, managing risks, and adapting to change in competitive markets. Emphasis is placed on creativity, strategic planning, and future-oriented thinking.

Tema 7. Business Strategy and Global Outlook

In this unit, students gain insight into how global trends and strategic decisions shape businesses. Topics include business ethics, corporate responsibility, and outsourcing practices. Learners will also discuss how companies adapt to different cultural environments and explore the influence of international markets. The unit encourages critical thinking about the ethical challenges organizations face and the skills needed to operate in a diverse, interconnected world. It prepares learners to analyze global trends and make informed strategic choices.

Tema 8. Security, Environment, and Responsibility

This unit addresses how businesses handle sensitive issues related to online security and environmental protection. Students will explore vocabulary and case studies related to data privacy, cybersecurity practices in the workplace, and how companies protect their systems. They will also discuss corporate responsibility in relation to sustainability, examining how businesses reduce their environmental footprint. This topic highlights the importance of balancing technological development with ethical and environmental considerations.

Tema 9. Marketing Foundations

This topic introduces students to the fundamental principles of marketing, including the definition and structure of the marketing process. It explores essential tools and concepts such as the 4P marketing mix, marketing communications, internet marketing strategies, SEO (Search Engine Optimization), ORM (Online Reputation Management), SMM (Social Media Marketing), and influence marketing. Students will learn to differentiate between advertising types, plan digital campaigns, and understand how marketing functions in diverse industries. The topic emphasizes practical application, comparison of tools, and adaptation to modern trends in digital marketing.

Tema 10. Analytical Support of PR

This topic focuses on the role of media research and analysis in supporting PR activities. It introduces students to both qualitative and quantitative research methods, discussing their definitions, goals, and differences. Learners explore the advantages and limitations of each approach, gaining insight into how media studies help organizations evaluate public opinion, measure communication effectiveness, and adjust strategies. The course emphasizes critical thinking and the ability to choose appropriate research tools based on the communication goals and type of data required.

Tema 11. Integrated Marketing Communications

This topic covers the concept and historical development of Integrated Marketing Communications (IMC), emphasizing its importance in unifying branding and messaging across different platforms. It examines advertising communications, comparing ATL (above-the-line) and BTL (below-the-line) strategies and their current relevance. Students will also explore specific advertising techniques like viral and guerrilla marketing, identifying the factors behind their success, their various forms, and real-world examples. The topic encourages students to think strategically and creatively when combining multiple communication channels to achieve consistent messaging and greater impact.

Тема 12. Theory and Practice of Advertising

This theme explores the historical and theoretical foundations of advertising. It traces the development of advertising from the Middle Ages to the emergence of national advertising laws and the rise of image advertising in the 20th century. Students will gain a comprehensive understanding of advertising types, appeals, and methods, as well as the motivations behind their use. The unit also introduces the structure of the Russian advertising market, including its challenges and growth prospects, and compares advertising channels by their benefits and drawbacks. The focus is both academic and practical, preparing students to analyze and apply advertising strategies effectively.

Тема 13. Theory and Practice of PR

This topic provides a thorough overview of Public Relations (PR), covering its definitions, key functions, and principles. It outlines the various directions and areas of PR activity, from corporate to governmental communication. Students will also study the historical evolution of PR practices and understand how the field developed alongside societal changes. The unit emphasizes the strategic role of PR in reputation management, trust-building, and stakeholder engagement, preparing students to apply core PR concepts in real-world scenarios.

Тема 14. Sociology of Mass Communications

This topic explores the sociological framework of mass communication, including its structure, functions, and communication theories. Students will analyze key models such as H. Lasswell's functional approach and M. McLuhan's media theories. It also discusses the elements of the communication process and the evolution of mass media in the digital age. The unit focuses on how mass communication shapes societies, reflects cultural values, and influences public perception. Students are encouraged to critically evaluate the social impact of media and understand new media tendencies in a rapidly changing communication environment.

Тема 15. Branding

The branding topic examines the core concepts of brand identity, brand positioning, and the strategic importance of branding in business. Students will learn the defining characteristics of a brand, how to create and maintain a strong market position, and why branding is vital for long-term success. Examples from various industries illustrate how branding shapes consumer perception and loyalty. The topic emphasizes practical applications such as brand messaging, competitive differentiation, and emotional appeal.

Тема 16. Image Studies

This theme focuses on the study of image in both corporate and personal contexts. It defines image as a communication tool with specific functions and elements. Students explore how corporate image is constructed through visual identity, messaging, and values, and how it impacts reputation and stakeholder trust. The topic also covers personal image, examining the tools used to form it—appearance, behavior, communication style—and its importance in professional and public life. Learners will understand how image can be managed strategically to achieve communication goals.

Тема 17. Media Relations

This topic examines the interaction between organizations and the media. It includes the structure and function of modern press services, the process of accrediting journalists, and the technologies for managing public opinion. Students learn about the rights and responsibilities involved in media work, the strategic use of media coverage, and the role of opinion leaders in shaping public discourse. The topic equips students with skills to manage press events, develop media partnerships, and handle crisis communication through media channels.

Тема 18. Theory and Practice of Mass Communications

This theme addresses foundational ideas about how media operates in society. Students will learn about the concept of media freedom, its role in democratic societies, and the core principles of media functioning—freedom, diversity, quality of information, and its contributions to social cohesion. The course also examines the media's influence on the formation of public opinion, helping learners understand the ethical, social, and political dimensions of mass communication today.

Тема 19. Psychology of Mass Communications

This topic explores how psychological processes influence communication in mass media. Students learn about different genres of public communication, barriers to effective communication, and the psychological impact of attitudes and stereotypes. The course also examines the function of rumors and their roles in both society and organizational life. Students will develop a deeper understanding of how media messages shape beliefs, emotions, and behavior, and how to apply this knowledge in strategic communication.

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

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)

Электронная библиотечная система - ZNANIUM.COM

Электронная библиотечная система "Консультант студента" - <https://www.studentlibrary.ru/>

Электронная библиотечная система Издательства "Лань" - <https://e.lanbook.com/>

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

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	При подготовке к практическим занятиям студенту необходимо осмыслить научную информацию ан лекциях, выбирая из них самое главное. Чтение и конспектирование помогает студентам глубоко вникнуть в поставленную проблему. Мыслительная деятельность организуется при смысловом анализе теоретического материала (выделение главной мысли, установление логической связи, обобщение информации). Студент должен стараться при подготовке к практическим занятиям вырабатывать высокий автоматизм речевых операций, осознанное использование когнитивных операций анализа, сравнения, синтеза, компресии при переводе, рассматривать культурологические умения, самостоятельно называть культурные традиции народа, сравнить с культурными традициями родной страны). Таким образом, формируется структура языковой личности, а именно вербально-семантический, лингвокогнитивный и мотивационный уровень.
самостоя- тельная работа	В самостоятельной работе студентов особая роль отводится умению работать с книгой, т.к. во многом эффективность обучения, общая культура и профессиональный уровень будущего специалиста определяется умением. Самостоятельная работа организуется на основе полученных знаний с использованием литературы по учебному курсу, методических рекомендации, консультаций. В процессе самостоятельной работы студент должен активно воспринимать, осмысливать изученную информацию, выбирая из нее самое главное, и научиться выстраивать план ответа, глобально расширяя языковое познание. Виды самостоятельной работы: 1. работа на языковыми средствами в целях их использования при речевом общении; 2. развитие умения раскрыть сущность понятия темы, подчеркнуть основную идею. Самостоятельная работа студентов направлена на исследования и разработки, посвященные развитию закономерностей усвоения культуры иноязычного речевого общения; на умение определить эффективность взаимодействия с представителем культуры той страны, язык которой изучается. Студенту следует обратить внимание на совершенствование сладения вербально-семантическим кодом языка, стилистикой речи, фонетическими нормами языка, паттернами поведения, знаниями культурологических особенностей иноязычного народа. В результате всего этого должно произойти изменение (расширение) мотивационно-личностной сферы студента. При работе на диноязычным текстом, как продуктом лингвокультуры, студент должен уметь: 1. самостоятельно подбирать соответствующие средства для решения данной задачи; 2. определить ожидаемый результат; 3. выбрать приемы учебной деятельности, адекватные учебным задачам; 4. внести определенную коррекцию в результате решения задач; 5. уметь самостоятельно оценивать свой уровень.
зачет	зачет проводится в указанное в расписании время и в отведенной для этого аудитории. Изменение времени и места проведения экзамена без предварительного согласования с учебным отделом не допускается. Перечень курсов и видов занятий, по которым предусматривается контроль результатов обучения в форме зачета, определяется рабочим учебным планом. Зачет проводится в устной форме, позволяющий осуществить контроль знаний и полученных навыков. По результатам зачета преподаватель выставляет в ведомость и зачетную книжку отметку о зачете, а в случае не допуска к зачету, неявки или незачета - соответствующую запись в ведомость.
экзамен	экзамен проводится в указанное в расписании время и в отведенной для этого аудитории. Изменение времени и места проведения экзамена без предварительного согласования с учебным отделом не допускается. Экзамен проводится в письменной и устной форме. Для проведения устной части разработан перечень вопросов экзаменационных билетов. Студент, получивший вопросы и задания, письменно выполняет их. Время, выделяемое на подготовку, должно быть достаточным для того, чтобы дать краткий (неразвернутый), но полный (без пропусков) ответ на все структурные элементы экзаменационного вопроса и задания. В результате экзамена преподаватель выставляет в ведомость и зачетную книжку оценку "отлично", "хорошо" или "удовлетворительно". Отметка "неудовлетворительно" проставляется только в ведомость. В случае неявки или недопуска в ведомости производится соответствующая запись.

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 "Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.19 Иностранный язык профессионального общения*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Основная литература:

1. Малюга, Е. Н. Английский язык профессионального общения (Реклама) : учебник / Е. Н. Малюга. - 4-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2022. - 333 с. - ISBN 978-5-9765-1421-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1875606> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Беляева, И. В. Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации: комплексные учебные задания: учебное пособие / Беляева И.В., Нестеренко Е.Ю., Сорогина Т.И., - 3-е изд., стер. - Москва: Флинта, 2017. - 132 с. ISBN 978-5-9765-2616-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937882> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Миньяр-Белоручева, А. П. Английский язык. Guides for advertising. Реклама в туризме : учебное пособие / А.П. Миньяр-Белоручева, М.Е. Покровская. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 176 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/textbook_5a86b9e0827cd7.11439034. - ISBN 978-5-16-014100-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2104116> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
4. Попов, Е. Б. Профессиональный иностранный язык: английский язык: учебное пособие / Попов Е.Б. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 150 с. ISBN 978-5-16-105579-3 (online). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/760140> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Афонасова, В. Н. Английский язык. Базовый курс. Уровень А+. Часть 1: учебник / Афонасова В.Н., Семенова Л.А. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 116 с.: ISBN 978-5-7782-2362-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/546592> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Гальчук, Л. М. Английский язык в научной среде: практикум устной речи : учебное пособие / Л.М. Гальчук. - 2-е изд. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2025. - 80 с. - ISBN 978-5-9558-0463-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2159185> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Гальчук, Л. М. 5D English Grammar in Charts, Exercises, Film-based Tasks, Texts and Tests - Грамматика английского языка : учебное пособие / Л.М. Гальчук. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2024. - 439 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-9558-0520-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2129117> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.19 Иностранный язык профессионального общения*

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: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. 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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.