

Филологический факультет/институт

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование дисциплины	<i>Антикризисное управление</i>
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1. Определение кризисной коммуникации и ее основные принципы. 2. Правила по управлению неопределенностью в ситуации кризиса. 3. Правила эффективной кризисной коммуникации. 4. Правила эффективного кризисного лидерства. 5. Примеры эффективных и неэффективных реакций на кризисные проявления. 6. Коммуникации в ситуации риска. 7. Выполнение этических требований, предъявляемых кризисом. 8. Кризис как стимул преобразования и введения новой нормы.	<p>В данном курсе лекций основной тематической линией является характеристика кризисной коммуникации, формулируется понятие, характеризуются типы кризисов, определяются этапы коммуникации в ситуациях кризиса.</p> <p>В целях формирования у студентов подходов к управлению кризисными коммуникациями, курс содержит основные базовые принципы и алгоритмы действий в кризисных ситуациях, содержит конкретные примеры наиболее резонансных случаев кризисов и эффективных и неэффективных реакций на кризисные проявления различных типов.</p> <p>Даются примеры и стандарты взаимодействия с партнерами по эффективному выходу из кризисных ситуаций. Курс содержит актуализированную информацию о возможностях использования результатов эффективных коммуникаций в ситуациях риска в целях предотвращения будущих кризисов, а также формирования благоприятных условий преобразования и введения новых норм.</p>

Разработчики:

Доцент кафедры массовых коммуникаций

М.А.Чекунова

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Безопасность жизнедеятельности
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Пожарная безопасность в быту	Основные понятия, термины и определения пожарной безопасности и ее состояние (характеристики горения, категории пожара, причины возникновения пожара. Средства тушения пожаров, их классификация и основные способы тушения. Сведения о пожарной охране. Мероприятия по предупреждению пожаров и основные требования по обеспечению пожарной безопасности, а также правила содержания зданий и помещения, эксплуатации электрооборудования. Правила пожарной безопасности проживающих в общежитии
Теоретические основы безопасности жизнедеятельности	Характерные системы «человек – среда обитания». Производственная, городская, бытовая, природная среда. Взаимодействие человека со средой обитания. Основы оптимального взаимодействия.
Риск	Оценка риска. Ущерб. Концепция риска.
Чрезвычайные ситуации природного характера и защита населения от их последствий	Геофизические, геологические, метеорологические, агрометеорологические, морские гидрологические опасные явления; природные пожары. Характеристика поражающих факторов источников чрезвычайных ситуаций природного характера.
Чрезвычайные ситуации техногенного характера и защита населения от их последствий	Пожары, взрывы, угроза взрывов; аварии с выбросом (угрозой выброса) аварийно химически опасных веществ (АХОВ); аварии с выбросом (угрозой выброса) радиоактивных веществ (РВ); аварии с выбросом (угрозой выброса) биологически опасных веществ (БОВ). Поражающие факторы источников чрезвычайных ситуаций техногенного характера. Фазы развития чрезвычайных ситуаций.

Окружающий мир. Опасности, возникающие в повседневной жизни, и безопасное поведение	Окружающий мир и человек, характер их взаимодействия. Человек как объект и субъект безопасности. Ситуации, возникающие в процессе жизнедеятельности человека. Особенности города, как среды обитания. Зоны повышенной опасности в городе.
Управление безопасностью жизнедеятельностью	Организационные основы управления БЖД. Правовые основы управления качеством окружающей среды. Управление качеством окружающей среды. Нормирование качества окружающей среды.
Мониторинг как основа управления безопасностью жизнедеятельности человека	Виды мониторинга: экологический, биосферный, социально-гигиенический. Использование данных экологического мониторинга в управлении качеством окружающей среды.
Вредные зависимости и их социальные последствия	Компьютерная зависимость. Влияние алкоголя на организм человека. Наркомания и токсикомания. Курение и его влияние на здоровье человека.

Разработчики:

Доцент Департамента

Техносферной безопасности

должность, название кафедры

подпись

Н.И.Хаирова

инициалы, фамилия

Директор

Департамента

Техносферной безопасности

название кафедры

подпись

В.Г. Плющиков

инициалы, фамилия

Peoples' Friendship University of Russia

Philological faculty

SUMMARY ACADEMIC DISCIPLINES

Educational program

Specialty 42.03.02 Journalism

Name of the discipline	Physiology and ethology of animals
Volume discipline	3 3E (108 hour.)
Course Description	
The name of the partition discipline	Summary of sections discipline:
Fire safety in the home	Basic concepts, terms and definitions fire safety and its state (burning characteristics, fire category, the cause of the fire. Extinguishing media Fire, their classification and the basic ways of extinguishing. Information about fire protection. Measures for the prevention of fires and the basic requirements for fire safety, as well as rules for maintenance of buildings and facilities, operation of electrical equipment. fire safety Regulations living in the dormitory
Theoretical basics of life safety	Typical system "man - environment". Industrial, municipal, domestic, natural environment. Human interaction with the environment. The basis for optimal interaction.
Risk	Risk Assessment. Damage. The concept of risk.
Emergency situations of natural character and the protection of population from consequences	Geophysical, geological, meteorological, agrometeorological, Maritime dangerous hydrological phenomena; natural fires. Characterization of factors affecting sources of emergency situations of natural character.
Emergency situations and protection of population from consequences	Fire, explosion, risk of explosions; accidents involving the release (or threat of release) of dangerous chemical substances (DCS); accidents involving the release (or threat of release) of radioactive substances (RS); accidents involving the release (or threat of release) of biologically hazardous substances (BHS). Effects of sources of emergency situations of technogenic character. Development phases of emergencies.
The world around us. Hazards arising in everyday life, and safe behavior	The world and of man, the nature of their interaction. Man as object and subject of the security. The situation arising in the process of human activity. Features of the city as a habitat.

	Danger areas in the city.
Security management activity	Institutional framework for the management of life safety. Legal framework for the management of environmental quality. Management of environmental quality. Regulation of environmental quality.
Monitoring as a basis for safety management of human activities	Types of monitoring: environmental, biospheric, social-hygienic. The use of environmental monitoring data in management of environmental quality.
Harmful dependencies and their social consequences	Computer addiction. The effect of alcohol on the human body. Drug addiction and substance abuse. Smoking and its impact on human health.

Developers:

Assistant professor Department

Technosphere Safety _____ N.I.Khairova

Director

Department

Technosphere Safety _____ V.G. Pliushchikov

Филологический факультет/институт

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование дисциплины	<i>Деловой этикет</i>
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
<p>Изучение основ деловой этики как одной из базовых дисциплин в высшем учебном заведении является значимым в процессе становления профессионального специалиста PR.</p> <p>Развитие компетентности в общении, формирование навыков, направленных на достижение результативности в процессе общения.</p> <p>Эффективное деловое общение и владение нормами этикета – это связующие процессы среди основных функций управления, в том числе и управления PR-процессами: планирования, организации, мотивации и контроля.</p>	<p>«Нормы этикета - определяющий фактор эффективной профессиональной деятельности PR-специалиста»</p> <p>«Основы поведения в обществе, неотъемлемая составляющая профессионального поведения»</p> <p>«Личность как объект и субъект эффективных коммуникаций»</p> <p>«Психологические аспекты и особенности деловых коммуникаций»</p> <p>«Стиль и нормы поведения в процессе принятия решений»</p> <p>«Организация коммуникативного управления проектной деятельностью»</p> <p>«Эффективные переговоры»</p> <p>«Стиль и методы общения, как средство достижения эффективных коммуникаций»</p> <p>«Системы программирования и управления коммуникативной деятельностью».</p>

Разработчики:

Доцент кафедры массовых коммуникаций

М.А.Чекунова

Заведующий кафедрой



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет/институт

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование дисциплины	<i>Дискуссионные проблемы России 20 в.</i>
Объём дисциплины	3 З.Е. (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Технологии формирования имиджа государства Технологии формирования брендинга территорий.	Образы России исторической и современной, каким правилам подчиняется создание образа, что такое этнические стереотипы, как и почему они возникают, как порождают конфоидию и как, наоборот, могут поминь в ее преодолении. Для этого определяются факторы и границы конструирования образа страны, культуры и старо-новых мифов. "Русского мира" и соотечественников за рубежом. Подробно рассматриваются структуры информационной политики и пропаганды, характер информационных войн, рейтинги и бренды как способ представления государства. Особое внимание уделяется тому, как влияет на общественное восприятие России ее профессиональное изучение за рубежом.

Разработчики:

Преподаватель кафедры массовых коммуникаций

Котелени Е.А.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Эстетика нелинейности в современной карте мира. Фракталы и хаос

Междисциплинарная программа в предметной области: математика
для уровня образования: бакалавриат

Наименование дисциплины	Эстетика нелинейности в современной картине мира. Фракталы и хаос
Объём дисциплины	3 ЗЕ (9 недель, 2 акад. ч. лекций и 2 акад. ч. практических занятий в неделю, 8 акад. ч. в неделю самостоятельная работа)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины
Эстетика нелинейности	<p>Реальный мир, в котором мы живем – это и природа, и искусство, и социально-общественные отношения, отличается от того, который нам кажется, который мы ощущаем. С развитием культуры, как исторически определенного уровня развития общества, творческих сил и способностей человека, постоянно меняется и картина мира. Роль эстетики в науке и роль науки в искусстве. Эстетика в математике не только образность, но и критерий если не истины, то, по крайней мере, завершенности. В этом единство науки и искусства. Само понятие красоты – важнейшей категория эстетики – включает в себя во всех определениях такие свойства объектов как упорядоченность, гармоничность, совершенство (в том числе и формы). Родоначальница эстетики, древнегреческая философия, донесла до нас, что красота – это число, а термином «технэ» одновременно называли совершенство и мастера, и художника.</p> <p>Утверждение о том, что наш мир нелинеен и сложен, не такая уж и глубокая истина, но классическое мировоззрение основывалось, прежде всего, на эстетике линейной парадигмы. Во-первых, это не противоречило каждодневному опыту, а во-вторых, в рамках линейной парадигмы были решены многие задачи, сильно изменившие технологию, искусство, общественные отношения и пр., что сильно повлияло на облик планеты (упомянем, например, классическую электродинамику! Примеры из гуманитарной сферы).</p> <p>Однако, несмотря на множество примеров линейности, жизнь не укладывается в строгие однообразные рамки линейного мира. Нелинейность же, как и окружающий нас мир, многолика, разнообразна, очаровательно непредсказуема. Она повсюду: в биении сердца, в оглушительном хлопке кнута, в теплом свете свечи, в нескончаемой изменчивости волн, в вызове искусству и в театральном новаторстве, в неожиданных литературных образах и в построении сюжета, в ритмике поэзии и в создании музыкальных композиций, в экономике, политике и в градоформировании – в самой жизни (примеры).</p>

<p>Фракталы. Эстетика повтора</p>	<p>Фракталы вокруг нас: в природе, в искусстве, в литературе, в музыке, в архитектуре, социально-экономических отношениях. Эволюция фрактального искусства от нецифровой фрактально живописи к компьютерному искусству. Определение фрактала. Фрактальная геометрия природы. Об определении длины береговой линии, границы. Масштабная инвариантность множеств. Простейшие геометрические фракталы: пыль Кантора, снежинка Коха, фракталы Серпинского. Понятие размерности. Фрактальная размерность простейших геометрических фракталов. Регулярные и самоподобные фракталы. Алгоритмы построения фракталов. Мнимое отступление - комплексные числа для описания фрактальных множеств. Итерации линейных систем. Элементы петли обратной связи. Нелинейные комплексные отображения. Понятие аттрактора. Неподвижные точки, циклы. Множества квадратичного отображения. Множества Жюлиа, Мандельброта. Понятие о стохастических фракталах. Знакомство с компьютерными программами построения фракталов.</p>
<p>Элегантность единого универсального механизма перехода к детерминированному хаосу.</p>	<p>Доисторическая эпоха теории хаоса, повторное открытие хаоса. Детерминированный хаос. Динамическая система. Фазовое пространство динамической системы. Фазовый портрет двумерной динамической системы, линейный анализ устойчивости, Особые точки двумерных динамических систем. Предельные циклы. Структурная устойчивость и бифуркации динамических систем. Бифуркация рождения предельного цикла. Бифуркация удвоения периода предельного цикла в динамической системе.</p> <p>Нелинейные системы с дискретным временем. Неподвижные точки, циклы в одномерных нелинейных отображениях. Диаграмма Ламерея. Хаос в простейших одномерных нелинейных отображениях. Логистическое отображение. Бифуркационная диаграмма логистического отображения. Двумерное отображение Хенона. Фрактальность странного аттрактора Хенона. Демонстрация хаотических систем с помощью компьютера. Простейшие компьютерные программы исследования инвариантных множеств.</p> <p>Детерминированный хаос в динамических системах с непрерывным временем. О сценариях образования хаоса в диссипативных динамических системах. Система Лоренца, бесконечномерные динамические системы, уравнения с запаздыванием, уравнения в частных производных. Единый универсальный механизм появления хаоса в динамических системах. Порядок в хаотичном мире. Детерминированный хаос в экономике, в политике, в градоформировании. Взаимосвязь динамического хаоса с нелинейными волнами. Управление детерминированным хаосом.</p>

Разработчики:

Профессор кафедры
гравитации и космологии



С.В. Сидоров

/Заведующий кафедрой
гравитации и космологии



А.П. Ефремов

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Специальная дисциплина: <i>Философия</i>
Объём дисциплины	3 ЗЕ, (108 час.)
Цель изучения дисциплины – формирование у студентов гуманитарной специализации системных представлений о природе, сущности и назначении философского знания в контексте цивилизационного развития человечества; освоение основ философского знания как школы логического мышления, культуры языка и ценностной ориентации в обществе.	
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1. Философия, мировоззрение и познание	Культура и философия. Формы духовной деятельности человека. Философия как компонент духовной культуры; ее статус в культурно-образовательной системе социума; понятие философии как формы гуманитарного знания; теоретические и мировоззренческие функции философии; специфика философского знания; философия как форма знания и опыт самосознания; личностное и социальное измерения философии; философия как тип рационального дискурса и образ надлежащей жизни («мудрость»); философия и ее отличие от естественнонаучных и гуманитарных дисциплин. Мировоззрение, его виды, формы и содержание. Философия как форма духовного познания. Предмет и метод философии и наука. Познавательные способности и возможности человека. предмет философского познания, его историческая относительность и парадигмальная устойчивость; проблемное своеобразие философии; онтологическая проблема: учение о первопричинных основаниях сущего; проблема сознания и его структуры; методология, формы и притязания познавательной функции философии; категориальный состав философии; философия как мировоззрение; ценностное измерение философии. Особенности познания в социально-гуманитарных науках. Генезис философского знания. Миф и логос в «осевое время».
2. Человек в философии	Проблема антропогенеза. Человек как существо социально-культурное. Философское осмысление личности. Личность и мораль. Сознание, самосознание и бессознательное. Гуманизм и его исторические формы. Смысл жизни и его поиски. Специфика философской ментальности: самосознание как приоритетное измерение философской рациональности. Философия и ее отличие от естественнонаучного знания и специальных наук гуманитарного цикла. Понятие философской системы. Критерии классификации философских школ и направлений. Исторические типы философствования. Предметное и тематическое строение философского знания. Учение о мире в его первопричинных основаниях. Эпистемиологическая функция философии: природа познавательной способности, ее функции, притязания

	<p>зания и возможности. Практическое измерение философии: мировоззренческая составляющая философии и ее функция. Феномен человеческого бытия в истолковании философии. Категориальная структура философского знания. Понятие прогресса применительно к философской рациональности.</p>
<p>3. Философские науки</p>	<p>Социальная философия. Философия истории. Модели культурно-исторического развития в истории философии. Историософия в русской философии. Философия истории в немецкой классической философии (Кант, Гегель) и ее критика в творчестве Г. Флоровского.</p> <p>Философское осмысление религии. Философия религии и религиозная философия. Философия творчества и искусства. Н. Бердяев о смысле творчества и искусства.</p> <p>Философия языка и имени в немецкой и отечественной мысли. Философия политики. Глобальные проблемы современности, критерии их выделения, анализ и пути решения.</p>

Разработчик:

проф. каф. истории философии

С.А. Нижников
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

истории философии, проф.
название кафедры

Н.С. Кирабаев
инициалы, фамилия

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Финансовые институты. Влияние ФИ на систему бизнес – процессов современной коммерческой Компании»

для междисциплинарного модуля

Наименование дисциплины	Финансовые институты. Влияние ФИ на систему бизнес – процессов современной коммерческой Компании
Объем дисциплины	3 ЗЕ (9 недель, 2 ак.ч. лекций и 2 ак.ч. практических (семинарских) занятий в неделю)
Цель дисциплины	Целью дисциплины является усвоение теоретических и практических основ функционирования современных финансовых организаций РФ, их структурных особенностей и основ взаимодействия. Полученные знания дадут возможность студентам иметь общее представление о финансовом рынке РФ, об основном наборе продуктов кредитных и страховых учреждений для бизнеса, позволят научиться рассчитывать финансовое состояние организации с точки зрения банковского сообщества, адекватно оценивать возможности компании с целью привлечения ресурсов для основной и инвестиционной деятельности. В ходе изучения курса студенты должны ознакомиться с законами и нормативными документами, регулирующими банковскую и страховую деятельность.
Планируемые результаты обучения:	
Знать	<ul style="list-style-type: none">– роль и значение финансовых институтов в экономике страны;– состав участников финансового рынка, их функции и решаемые задачи;– принципы построения и функционирования банка как кредитной организации;– основные виды рисков банковской деятельности, их классификацию, возможные последствия влияния на бизнес-процессы;– основные виды банковского финансирования и процедуры принятия решений по банковским сделкам; «внутренняя кухня» принятия решений по кредитам и иным банковским продуктам;– экономические основы страховой деятельности и взаимодействия СК с иными участниками финансового рынка. Общие тенденции, связанные с влиянием СК на развитие бизнеса.
Уметь	<ul style="list-style-type: none">– оценить финансовое состояние коммерческой организации;– оценить состояние финансового института и рассчитать уровень риска при работе с ним;– оценить возможности кредитной организации для обеспечения потребностей финансирования конкретного проекта;– рассчитать стоимостные и объемные показатели возможно допустимого объема заимствования ресурсов для организации;– рассчитать эффективную стоимость кредитного предложения.– оценить и рассчитать необходимые и достаточные затраты на страхование как собственно рисков бизнеса, так и затраты на страховое сопровождение необходимых компании банковских продуктов.
Владеть	<ul style="list-style-type: none">– основными инструментами оценки состояния финансовых институтов

	<ul style="list-style-type: none"> – основными методами и критериями, которыми оперируют банки и страховые компании в оценке бизнеса клиентов – понятийным аппаратом действующего законодательства в сфере финансов – подходами, используемыми международными и российскими ФИ, в сфере кредитной и инвестиционной деятельности
Наименование разделов (тем) дисциплины	Краткое описание разделов (тем) дисциплины (по лекциям/практическим (семинарским) занятиям)
<i>Раздел 1</i>	Основные виды финансовых институтов. Их место и роль в экономике страны. Банк как основной финансовый институт. Двухуровневая/трехуровневая банковская система. Функции, цели, задачи финансового посредничества, законодательное регулирование деятельности.
<i>Раздел 2</i>	Основные виды банковских учреждений их практическое отличие и общие черты. Иерархия банков. Место и роль различных специализированных банковских учреждений. Управление банковской системой.
<i>Раздел 3</i>	Банк России как Мегарегулятор финансового рынка. Место ЦБ РФ в финансовой системе способы и методы регулирования.
<i>Раздел 4</i>	«Антиотмывочное» законодательство: объекты и субъекты. FATF и его роль в мировой финансовой системе. 115-ФЗ как одна из основ регулирования финансового рынка России. Влияние «антиотмывочного» законодательства на бизнес. AML в международной практике.
<i>Раздел 5</i>	Структура коммерческого Банка. Взаимосвязь и взаимозависимость частей внутрибанковской структуры Внутрибанковская иерархия и ее роль в процессах принятия решений. Место и роль Банка в бизнес планах коммерческой компании. Основные направления и практические аспекты взаимодействия Компании и Банка по различным направлениям деятельности
<i>Раздел 6</i>	Разбор типовых ситуаций отношений Клиент – Банк. Банковский кредит – финансовая основа развития экономики. Принципы кредитования. Срочность, возвратность, платность. Неизменность условий кредитования и положений кредитного договора. Взаимовыгодность договора кредитования.
<i>Раздел 7</i>	Банк как финансовый посредник между кредиторами (вкладчиками) и заемщиками (потребителями кредита). Основные функции денежного посредничества: трансформация срочности и величины денежных средств. Аккумуляция и мобилизация денежных доходов и сбережений. Функция накопления и систематизации информации и ее использование для успешного функционирования бизнеса.
<i>Раздел 8</i>	Основные виды банковских рисков. Внешние и внутренние риски. Уровни иерархии рисков и принятие решений по уровню управления и иерархии рисков. Банковские нормативы суть и функции. Клиентский анализ банка на основе количественных показателей исполнения банком нормативов.
<i>Раздел 9</i>	Страховая компания как финансовый институт. Основы взаимодействия Банка и СК между собой и с Клиентами в процессе рассмотрения кредитных заявок коммерческих компаний.

Руководитель авторского коллектива



К.В. Соловьев

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	<i>Физическая культура</i>
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Теоретический раздел.	Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Тема 2. Социально-биологические основы физической культуры. Тема 3. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья. Тема 4. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства и методы физической культуры в регулировании работоспособности. Тема 5. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. Тема 6. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Тема 7. Индивидуальный выбор видов спорта или системы физических упражнений. Тема 8. Особенности занятий избраным видом спорта (системой физических упражнений). Тема 9. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом. Тема 10. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) студентов. Тема 11. Физическая культура в производственной деятельности бакалавра и специалиста. Тема 12. Конституция и здоровье
Методико-практические (семинарские) занятия.	1. Методы определения гармоничности физического развития по антропометрическим данным 2. Методика определения обеспеченности организма витаминами 3. Определение функционального состояния и адаптивных возможностей организма 4. Биоритмы и здоровье 5. Определение биологического возраста. 6. Стресс как фактор влияющий на состояние здоровья. Профилактика стрессовых состояний средствами физической культуры

Профессионально-прикладная физическая подготовка.	Развитие профессионально важных качеств средствами физической культуры. Развитие внимания, устойчивости внимания, оперативного мышления, эмоциональной устойчивости, волевых качеств, инитиативности средствами гимнастических и строевых упражнений, средствами легкоатлетических упражнений, средствами спортивных игр: волейбол, баскетбол, бадминтон, футбол.
Контрольный раздел	Теоретические тесты, практические задания, практические тесты
Практический раздел	<ol style="list-style-type: none"> 1. Тема 1. Легкая атлетика. 2. Тема 2. Баскетбол. 3. Тема 3. Бадминтон. 4. Тема 4. Лыжный спорт. 5. Тема 5. Волейбол. 6. Тема 6. Футбол. 7. ОФП с элементами легкой атлетики, лыжной подготовки, оздоровительной гимнастики, силовой тренировки.

Разработчиками являются

доцент кафедры физического воспитания и спорта
должность, название кафедры


подпись

Е.А. Милашечкина
подпись, фамилия

доцент кафедры физического воспитания и спорта
должность, название кафедры


подпись

С.Ю. Разумова
подпись, фамилия

Заведующий кафедрой физического воспитания и спорта
название кафедры


подпись

В.М. Шуляев
подпись, фамилия

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	Интернет технологии в массовых коммуникациях
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1. Введение. Постановка задач. Техническое задание	1. Данный блок включает в себя введение в основы Интернет-проектирования, ознакомление с основными протоколами Интернета, принципами работы сайтов, различиями между их видами и пр.
2. Выбор технических инструментов и создание Интернет-проекта	2. Данный блок поможет слушателю выбрать технические инструменты, которые будут использоваться для построения, обновления и управления Интернет-проектом
3. Интернет-реклама и продвижение	3. Данный блок является обзором различных видов Интернет-рекламы
4. Статистика и аналитика	4. Данный блок призван познакомить слушателя с основными инструментами статистики и аналитики Интернет-проектов

Разработчики:

преподаватель кафедры мк

Шевченко Д.А.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Игровые коммуникации в журналистике и PR

Образовательная программа - академический бакалавриат

Направление подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование дисциплины	Игровые коммуникации в журналистике и PR
Объем дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины
Сущность игры и игровых коммуникаций. Основные теоретические подходы к пониманию феномена игры.	Игра: экскурс в историю и специфика современных игровых коммуникаций. Психологический портрет адресанта и адресата игровых коммуникаций. Маркетинговое мировоззрение как основа игры. Игра и журналистика, игра и реклама, игра и литературное творчество, игра и PR.
Игровые процессы в культуре. Субъекты и объекты игры. Виды игр. Игра и ритуал.	Влияние исторических эпох на формирование игровых коммуникаций. Законмерность игровой парадигмы в пространстве постиндустриальности. Типы игровых коммуникаций в искусстве: исторический аспект. Homo ludens в контексте постмодерна.
Игра как инструмент. Игровые методики оптимизации коммуникационных процессов. Понятие игрофикации.	Экранность как пространство игры и ритуала. Интернет-коммуникации: игровая природа экранной виртуальности. Где работает игрофикаторы, варианты профессиональных площадок в реале и виртуале. Эффекты от применения игрофикации. Особенности реализованных телевизионных проектов.
Создание мультимедийных конвергентные игровых проектов, адаптация игр к медийным практикам. Нарративы игр.	От типологии игр к матрице экранных текстов. Особенности отечественных телевизионных игровых форматов. Воплощение игрового коммуникативного кода в материалах интернет-журналистики.

Разработчик: проф. И.И. Волкова

Заведующий кафедрой



В.В. Барабан

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ

Образовательная программа

Направление подготовки: 42.03.01

Реклама и связи с общественностью (бакалавры)

Наименование дисциплины	ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ
Объем дисциплины	5 Э.Е. (180 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел 1. Интегрированные коммуникации в бизнесе: основанная терминология; подходы и техники	Тема 1. Понятие и сущность базисных терминов интегрированных коммуникаций в бизнесе, а также теории коммуникаций применительно к деятельности в области PR (Public Relations) и рекламы. Тема 2. 4-P маркетинга как основа интегрированных коммуникаций в бизнесе; суть понятия «маркетинг микс» (marketing mix). Тема 3. Суть понятий «товары FMSC» и CPG, а также роль работы с ними в связи с интегрированными коммуникациями в бизнесе.
Раздел 2. Интегрированные коммуникации в бизнесе в связи с PR-деятельностью	Тема 4. Важность понятия «целевая аудитория/группа» (target audience), (ЦА), а также принципы/особенности работы с ЦА в массовых коммуникациях. Тема 5. Понятия «имидж» (image) и «корпоративная идентичность» (corporate identity), а также методы их создания в PR и бизнесе. Тема 6. Суть понятий «паблисити» (publicity), «паблисити-капитал», паблисити-трек (publicity stunt), репутация (reputation) и доверие, а также технологии их формирования в бизнесе. Тема 7. Общественное мнение (public opinion), а также технологии и способы его формирования в бизнесе. Тема 8. Воздействие, манипуляция, влияние и др. смежные понятия применительно к коммуникациям в бизнесе.

<p>Раздел 3. Отличительные особенности, преимущества и недостатки использования интегрированных коммуникации в бизнесе, применительно к сфере рекламы и PR.</p>	<p>Тема 9. Важность практического подхода в интегрированных коммуникациях в бизнесе.</p> <p>Тема 10. Необходимость комплексного подхода в бизнес-коммуникациях.</p>
---	---

Разработчик:

доцент кафедры массовых коммуникаций
кандидат философских наук

Е.А. Иванова

Заведующий кафедрой:

массовых коммуникаций,
доктор филологических наук,
профессор



В.В. Барабан

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связь с общественностью
квалификация выпускника – бакалавр

Наименование дисциплины	Английский язык для научных целей
Объём дисциплины	2 ЗЕ, (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Вводно-фонетический курс	Фонетический строй. Порядок слов в предложении. Личные и притяжательные местоимения. Общие и специальные вопросы.
Лексико-грамматический практикум	Лексический строй языка. Лексика повседневного и профессионального общения. Грамматический строй языка: морфология и синтаксис.
Общественно-политический практикум	Основные средства массовой информации (газеты, журналы, радио, телевидение); особенности общественно-политической лексики; основные правила перевода и реферирования общественно-политических текстов.
Домашнее чтение	Ознакомительное, просмотрное, изучающее, поисковое чтение. Аналитическое чтение художественной литературы (лингвистический предпереводческий анализ, основы литературоведческого анализа текста).
Письменный и устный перевод текстов по специальности	Общее понимание, поиск определенной информации, реферирование с последующим обсуждением.

Разработчиками являются:

Доцент кафедры иностранных языков С.А. Шейпак, ст.преп. С.А.Архипова, ст.преп. О.И. Дагбаева

Заведующая кафедрой иностранных языков

название кафедры

подпись

Ю. Н. Эбзеева

инициалы, фамилия

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

**Филологический факультет
АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование дисциплины	Иностранный язык
Объём дисциплины	10 ЗЕ (360 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел 1 Tenses	Тема 1 The Past Continuous Tense Тема 2 The Past Perfect Tense Тема 3 The Present Perfect Continuous Tense Тема 4 The Past Perfect Continuous Tense Тема 5 The Future Tenses Тема 6 Tenses in the Passive Voice
Раздел 2 The Complex Object	Тема 1. The Complex Object after the verbs of perception Тема 2 The Complex Object after the verbs of volition
Раздел 3 Non-Finite Forms of the verb	Тема1 Participles Тема 2 Gerund
Раздел 4 Modals	Тема 1 Modal Verbs Can Тема 2 May, might Тема3. Must, have to Тема 4 Should Тема 5 to Be Тема 6 Shall, Will
Раздел 5 Subjunctive	Тема 1 Infinitive Тема 2 Subjunctive 1 Тема 3 Subjunctive 2 Тема 4 Inversion

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Е.В. Захарова

Заведующая кафедрой

иностраннх языков

Ю.Н. Эбзеева

название кафедры

инициалы, фамилия

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
Российский университет дружбы народов

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины: **Иностранный язык (английский язык)**

Рекомендуется для направления подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с
общественностью**

Москва

1. Цели и задачи дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Иностранный язык» в рамках первой ступени высшего профессионального образования (уровень бакалавриат) являются:

- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования;
- овладение студентами необходимым и достаточным уровнем владения иностранным языком для решения социально-коммуникативных задач в различных областях культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего обучения в магистратуре и аспирантуре и проведении научных исследований в заданной области.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Иностранный язык» входит в базовую часть учебного плана по данному направлению (Б.1.Б.01), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Общекультурные компетенции			
	ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия		Иностранный/русский язык (теоретическая грамматика ин.яз.) Иностранный язык. Профессиональные коммуникации (иностранный) Английский язык для научных целей
	ОК-10: способностью владеть взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод		Иностранный/русский язык (теоретическая грамматика ин.яз.) Иностранный язык. Профессиональные коммуникации (иностранный) Английский язык для научных целей

	<p>ОК-11: способностью владеть взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод</p>		<p>Иностранный/русский язык (теоретическая грамматика ин.яз.) Иностранный язык. Профессиональные коммуникации (иностранный) Английский язык для научных целей</p>
	<p>ОК-12: способностью владеть иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-профессиональной, научной, социокультурной, повседневно-бытовой сферах иноязычного общения</p>		<p>Иностранный/русский язык (теоретическая грамматика ин.яз.) Иностранный язык. Профессиональные коммуникации (иностранный) Английский язык для научных целей</p>
	<p>ОК-13: способностью использовать иностранный язык в процессе профессиональной деятельности по направлению подготовки (специальности)</p>		<p>Иностранный/русский язык (теоретическая грамматика ин.яз.) Иностранный язык. Профессиональные коммуникации (иностранный) Английский язык для научных целей</p>
	<p>ОК-14: способностью устанавливать и поддерживать с российскими деловыми партнерами толерантные профессионально-коммуникативные отношения, основанные на уважительном отношении к культурным, социальным, социально-политическим реалиям и ценностям российского общества, на знании норм и правил эффективного взаимодействия, принятых в российских профессионально- деловых сообществах</p>		<p>Иностранный/русский язык (теоретическая грамматика ин.яз.) Иностранный язык. Профессиональные коммуникации (иностранный) Английский язык для научных целей</p>

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции, приобретенные студентами при изучении иностранного языка, способность использовать иностранный язык в профессиональной деятельности способствуют формированию компетенций дисциплин профессионального цикла магистра.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции (ОК):

ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-10: способностью владеть взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод

ОК-11: способностью владеть иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-профессиональной, научной, социокультурной, повседневно-бытовой сферах иноязычного общения

ОК-12: способностью использовать иностранный язык в процессе профессиональной деятельности по направлению подготовки

ОК-13: способностью эффективно и в полном объеме решать профессиональные и научно-профессиональные задачи, реализовать профессионально-деловые, научно-профессиональные, общекультурные коммуникативные потребности средствами русского языка

ОК-14: способностью устанавливать и поддерживать с российскими деловыми партнерами толерантные профессионально-коммуникативные отношения, основанные на уважительном отношении к культурным, социальным, социально-политическим реалиям и ценностям российского общества, на знании норм и правил эффективного взаимодействия, принятых в российских профессионально-деловых сообществах

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: категориально-понятийный аппарат курса; современные исследования в области журналистики на иностранном языке; различные подходы к анализу; ресурсы системы языка и ее разных уровней в плане речевого воздействия;

Уметь: применять знания в области иностранного языка, осуществлять критический обзор современных текстов по журналистике, самостоятельно анализировать тексты различных жанров, давать аргументированную оценку эффективности конкретного текста;

Владеть: терминологическим аппаратом дисциплины, указанными в программе общекультурными и профессиональными компетенциями.

4. Объем дисциплины и виды учебных занятий:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц.

№	Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
---	--------------------	-------------	----------

			1	2	3	4
1.	Аудиторные занятия (ак. часов)	140	34	36	34	36
	<i>В том числе:</i>	-	-	-	-	-
1.2.1.	Семинары (С)/ Практические занятия (ПЗ)	140	34	36	34	36
	<i>Зачет/Итоговая аттестация</i>	8	2	2	2	2
2.	Самостоятельная работа студентов (ак. часов)	220	74	72	38	36
	<i>В том числе:</i>					
2.5.	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	8	2	2	2	2
3.	Общая трудоемкость (ак. часов)	360	108	108	72	72
	<i>Общая трудоемкость (зачётных единиц)</i>	10	3	3	2	2

5. Разделы дисциплин и виды учебных занятий

5.1 Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
	Раздел 1 Tenses	Тема 1 The Past Continuous Tense Тема 2 The Past Perfect Tense Тема 3 The Present Perfect Continuous Tense Тема 4 The Past Perfect Continuous Tense Тема 5 The Future Tenses Тема 6 Tenses in the Passive Voice

	Раздел 2 The Complex Object	Тема 1. The Complex Object after the verbs of perception Тема 2 The Complex Object after the verbs of volition
	Раздел 3 Non-Finite Forms of the verb	Тема1 Participles Тема 2 Gerund
	Раздел 4 Modals	Тема 1 Modal Verbs Can Тема 2 May, might Тема3. Must, have to Тема 4 Should Тема 5 to Be Тема 6 Shall, Will
	Раздел 5 Subjunctive	Тема 1 Infinitive Тема 2 Subjunctive 1 Тема 3 Subjunctive 2 Тема 4 Inversion

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ Модуль	НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМЫ	Всего часов	Виды учебных занятий (аудиторных)	СРС
			Семинары (пр.зан.)	
1	Тема 1 The Past Continuous Tense	17	6	11
	Тема 2 The Past Perfect Tense	17	6	11
	Тема 3 The Present Perfect Continuous Tense	17	6	11
	Тема 4 The Past Perfect Continuous Tense	17	6	11
	Тема 5 The Future Tenses	17	6	11

	Тема 6 Tenses in the Passive Voice	17	6	11
2	Тема 1 The Complex Object after the verbs of perception	18	7	11
	Тема 2 The Complex Object after the verbs of volition	18	7	11
3	Тема 1 Participles	18	7	11
	Тема 2 Gerund	18	7	11
4	Тема 1 Modal Verbs Can	17	6	11
	Тема 2 May, might	17	6	11
	Тема 3 Must, have to	17	6	11
	Тема 4 Should	17	6	11
	Тема 5 to be	17	6	11
	Тема 6 Shall, Will	17	6	11
5	Тема 1 Infinitive	17	6	11
	Тема 2 Subjunctive 1	17	6	11
	Тема 3 Subjunctive 2	17	6	11

	Тема 4 Inversion	17	6	11
	Промежуточная	8	8	-
	Итоговая аттестации	8	8	-
	Всего часов	360	140	220

6. Лабораторный практикум по данной дисциплине не предусмотрен

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	Раздел 1 Tenses	Тема 1 The Past Continuous Tense Тема 2 The Past Perfect Tense Тема 3 The Present Perfect Continuous Tense Тема 4 The Past Perfect Continuous Tense Тема 5 The Future Tenses Тема 6 Tenses in the Passive Voice	36
2.	Раздел 2 The Complex Object	Тема 1. The Complex Object after the verbs of perception Тема 2 The Complex Object after the verbs of volition	14
3.	Раздел 3 Non-Finite Forms of the verb	Тема 1 Participles Тема 2 Gerund	14
4.	Раздел 4 Modals	Тема 1 Modal Verbs Can Тема 2 May, might Тема 3. Must, have to Тема 4 Should Тема 5 to Be Тема 6 Shall, Will	36

5.	Раздел 5 Subjunctive	Тема 1 Infinitive Тема 2 Subjunctive 1 Тема 3 Subjunctive 2 Тема 4 Inversion	24
	Промежуточная аттестация		8
	Итоговая аттестация		8
	Итого:		140

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- Персональный компьютер
- Мультимедиа проектор
- Экран настенный
- CD – проигрыватель
- Доступ в Интернет, видеопроектор, экран

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) программное обеспечение:

В процессе семинарских занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет, программы для демонстрации аудио-видео материалов, текстовые редакторы, а также система закрепления знаний Quizlet, тестовой проверки GoConqr (в сети Интернет). Программное обеспечение электронного ресурса сайта РУДН, включая ЭБС РУДН.

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Система электронных словарей: <http://dic.academic.ru/>
2. Фонд УНИБЦ (НБ) РУДН
3. Поисковые системы Яндекс, Google
4. eLIBRARY.RU, cyberninka.ru
5. www.google.en поисковая система на английском языке
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page интернет энциклопедия на английском языке
7. <http://www.themoscowtimes.com/news/> газета на английском языке
8. <http://www.rt.com/> сайт телевидения на английском языке
9. Audio and video clips to help you improve your English / <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/multimedia/index.shtml>

10. AudioEnglish net: Online Accounting English Course with Audio // http://www.audioenglish.net/english-learning/efl_accounting.htm
11. AudioEnglish net: on-line Dictionary // <http://www.audioenglish.net/dictionary/>
12. <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/business/index.shtml>
13. Centre for Independent Language Learning // <http://elc.polyu.edu.hk/cill/default4.htm>
14. Encyclopedia of international trade <http://www.fredoniainc.com/glossary/index.html>
15. [English as 2nd Language](http://www.esl.about.com/od/englishforbusinesswork) // <http://www.esl.about.com/od/englishforbusinesswork>
16. English club // <http://www.englishclub.com/>
17. English Grammar // <http://www.edufind.com/english/grammar/toc.cfm>
18. English Language Tests and Games // <http://www.edufind.com/english/englishtests/index.CFM>

10. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

а) Основная литература

1. «Курс английского языка для студентов языковых вузов». Е.Б.Ястребова, Л.Г.Владыкина, М.В.Ермакова, М., «Экзамен», 2008
2. Murphy R. English Grammar in Use. – Cambridge University Press, 2006.
3. Murphy R. Essential English in Use. – Cambridge University Pre.2006
4. Evans V. Round-Up (5-6 уровни). – Longman, 2005.
5. Томашевич С.Б. Тесты по английской грамматике. – М.: Уникум-центр. Поматур, 2001.
6. Ганеев Б.Т. English Mass Media. Читаем англо-американскую прессу. Уфа: БГПУ, 2002
7. Беспалова Н.П., Шейдеман Г.И. и др. Перевод и реферирование общественно-политических текстов. М.: «РУДН», 2010
8. Ильина А.Ю., Куприянова М.Е. Международные отношения, соглашения и сотрудничество. Учебно-методическое пособие по общественно-политической лексике. – М.: РУДН, 2004.
9. Мигولاتьева И.В. Язык прессы. Разоружение. М.: РУДН, 2002
10. Bernard Hartley, Peter Viney. Streamline English. Destinations. Oxford University Press, 2002
11. J.V. Priestley. Angel Pavement. М., Прогресс, 1974.
12. Ульянищева Л.В. Пособие по домашнему чтению по роману С. Моэма «Разрисованный занавес» The Painted Veil. М.: РУДН, 2012

б) дополнительная литература

1. Профессиональный английский язык: конспект лекций / сост. Т.Н. Ямских, Р.А. Короленко, Ю.В. Глущенко. - Красноярск: ИПК СФУ, 2008.-202 с. (Профессиональный английский язык: УМКД № 197-2007 / рук. творч. коллектива Т.Н. Ямских)
2. Н.П.Беспалова, К.Н.Котлярова и др. Грамматические трудности. Английский язык. Практикум по переводу. М., РУДН, 2005
3. Профессиональный английский язык:практикум / сост.
4. Т.Н. Ямских, Т.Н. Свиридова, Р.А. Короленко. - Красноярск: ИПК СФУ, 2008.-200 с. (Профессиональный английский язык: УМКД № 197-2007 / рук. творч. коллектива Т.Н. Ямских)

5. Murphy R. English Grammar in Use / R. Murphy. - Cambridge University Press, 2005. -328 p.
6. Hewings M. Advanced Grammar in Use / M. Hewings. - Paperback. Cambridge University Press, 2005. -340 p.
7. Swan & Walter How English works: a grammar practice book. Oxford University Press., 2002.-358 p.
8. Thomson A.J A practical English grammar / A. J. Thomson, A. V. Martinet. - 4th low-priced ed. - Oxford: Oxford University Press, 2004. - 383 p.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина Иностранный (английский) язык представляет собой модуль, рассчитанный на 4 семестра. Преподавание курса предполагает использование интерактивных форм занятий в сочетании с самостоятельной работой студентов с привлечением в качестве специализированных источников научных статей и словарей. Пополнение словарного запаса, систематизация грамматических знаний, совершенствование навыков говорения и аудирования, чтения и письма являются обязательными составляющими каждого занятия.

На зачетах оценивается уровень овладения обучающимися основными видами речевой деятельности (восприятием на слух, говорением, чтением, письмом) в сфере журналистики. Языковые навыки научного общения на иностранном языке (чтение, аудирование, говорение) отрабатываются на темах. Современная коммуникативная методика преподавания иностранного языка позволяет успешно овладеть научной лексикой и грамматическими структурами через разговорную практику - дискуссии, презентации, анализы ситуаций сопровождаются аудио- и видеоматериалами и помогают расширить словарный запас, обрести уверенность в общении на иностранном языке.

От студентов требуется посещение семинарских занятий, обязательное участие в аттестационно-тестовых испытаниях, индивидуальных и групповых работах, выполнение заданий преподавателя. Особо ценится активная работа на семинаре: творческий подход к выполнению домашних заданий и проектов, способность четко и емко формулировать свои мысли, а также результаты промежуточных тестов и итоговой работы.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (см. ФОС РПД).

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Е.В. Захарова

Руководитель программы:

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций

В. В. Барабаш

Заведующая кафедрой



название кафедры

инициалы, фамилия

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ
(РУДН)**

Филологический факультет

Кафедра иностранных языков

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

31.08.2018 г., протокол №1

Заведующая кафедрой

Ю.Н. Эбзеева

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
Иностранный язык (английский язык)**

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника — бакалавр

Москва

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина: Иностранный язык (английский язык)

Код контролируемой компетенции или ее части	Контролируемый раздел (модуль) дисциплины	Контролируемая тема дисциплины	ФОСы (формы контроля уровня освоения ООП)										Баллы темы	Баллы раздела		
			Аудиторная работа					Самостоятельная работа								
			С	Т				В	П	Н	Е	И			Д	З
ОК-5, 10, 11, 12,	Раздел 4 Modals	Тема 1 The Past Continuous Tense	2						2							24
		Тема 2 The Past Perfect Tense	2						2							

13, 14		Tema 3 The Present Perfect Continuous Tense	2							2							
		Tema 4 The Past Perfect Continuous Tense	2							2							
		Tema 5 The Future Tenses	2							2							
		Tema 6 Tenses in the Passive Voice	2							2							
OK -5, 10, 11, 12, 13, 14	Раздел 2 The Complex Object	Tema 1 The Complex Object after the verbs of perception	2							2							8
		Tema 2 The Complex Object after the verbs of volition	2							2							
OK -5, 10, 11, 12, 13, 14	Раздел 3 Non-Finite Forms of the verb	Tema1 Participles	2							2							8
		Tema 2 Gerund	2							2							
OK -5, 10, 11, 12, 13, 14	Раздел 4 Modals	Tema 1 Modal Verbs Can	2							2							20
		Tema 2 May, might	2							2							
		Tema 3 Must, have to	2								2						
		Tema 4 Should	2								2						
		Tema 5 to Be Tema 6 Shall, Will	2								2						
OK -5, 10, 11, 12, 13, 14	Раздел 5 Subjunctive	Tema 1 Infinitive	2							2							16
		Tema 2 Subjunctive 1	2							2							
		Tema 3 Subjunctive 2	2								2						
		Tema 4 Inversion	2								2						

ОК -5, 10, 11, 12, 13, 14		Промежуточная аттестация (тест)		8											8
ОК -5, 10, 11, 12, 13, 14		Итоговая аттестация (устный зачет)		8									8		16
		ИТОГО		16									8	76	100

Приложение №3

Кафедра иностранных языков филологического факультета

Экзаменационные билеты

по дисциплине **Иностранный язык (английский язык)**
(наименование дисциплины)

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

В рамках итоговой аттестации (зачета) может быть проверена сформированность всех компетенций дисциплины.

К комплекту экзаменационных (зачет) билетов прилагаются разработанные преподавателем критерии оценки по дисциплине.

Критерии оценки ответов на экзаменационный билет:

Ответ на каждый экзаменационный вопрос оценивается от 0 до 20 баллов:

Оценку **«отлично»** — **20 баллов** на экзамене получают те студенты, которые дали полный, логически последовательный, аргументированный ответ на оба вопроса и перевели текст без погрешностей.

Оценку **«хорошо»** — **15 баллов** студент получает, когда он/она недостаточно полно и всесторонне осветил/а вопросы билета, затруднялся(лась) проанализировать проблемы, связанные с освещаемыми темами и имел(а) небольшие погрешности при переводе текста.

Оценку **«удовлетворительно»** — **9 баллов** студент получает в случае, если он/она не может полностью ответить на вопросы, недостаточно владеет материалом и при переводе допускает существенные лексические и грамматические ошибки.

Оценку «неудовлетворительно» — ниже 8 баллов студент получает в случае, если он/она плохо отвечает почти на все вопросы, не владеет материалом, не в состоянии перевести текст, не допустив при этом грубых ошибок.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Е.В. Захарова

Заведующая кафедрой

иностраннх языков



Ю.Н. Эбзеева

название кафедры

инициалы, фамилия

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»
(РУДН)
Филологический факультет**

Дисциплина **Иностранный язык (английский язык)**
(наименование дисциплины)

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

I. Read and translate the text, answer the questions

WHO'S SPEAKING?

Peter is a schoolboy. He is eight years old. Every morning he gets up early and goes to school and in the afternoon he comes from school and does his homework. But he is a very lazy boy. He does not like to do his homework, he does not like to learn to read or write. He only likes to play football with his friends.

One day he does not go to school. He rings up his teacher and says:

“Peter can't go to school today. He feels very bad and has a high temperature. He must stay in bed.”

“Oh, poor boy”, answers the teacher. “And who's speaking?”

“My father is”, answers Peter.

Words:

lazy – ленивый

poor boy – бедняжка

Answer the questions:

1. How old is Peter?
2. What does he do every morning?
3. Does he like to do his homework?
4. What does he like to do?

5. Whom does he ring up one day?
6. What does he say?
7. What does his teacher ask?
8. What does Peter answer?

II. Speak about your home town.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

I Read and translate the text, answer the questions

KITTENS OR APPLES

Mr. Brown is a shop-keeper. He has a little fruit-shop. It is the fruit season and his shop is full of apples and other fruits. Mr. Brown has a family of five kittens on his hands. He doesn't know what to do with them. So he puts them into a basket and places the basket on a box in the street in front of his shop. He pins a piece of paper to the basket with the words: "Please, take one". There are also some boxes of apples in front of the shop.

Some boys pass by the shop, see the kittens and read the words on the paper. They take the piece of paper from the basket and pin it to one of the boxes with apples. Then they go away.

When Mr. Brown finds out the trick he sees only two or three apples in the apple-box but the five kittens are still in their basket.

Words:

fruit - фрукты
fruits - разные сорта фруктов
shop-keeper - лавочник
season - время года, сезон
full - полный
basket - корзина
box - ящик
kitten - котёнок
to pass by - проходить мимо
to pin - прикалывать
to find out the trick - обнаружить проделку

Answer the questions:

1. What is Mr. Brown?
2. How many kittens does Mr. Brown have on his hands?
3. What does he do with the kittens?
4. What else is there in front of the shop?
5. Who passes by the shop?
6. What do the boys do?

7. What does Mr. Brown see when he finds out the trick?

II Speak about an English lesson

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3

I Read and translate the text, answer the questions

THE MONKEYS AND THE COLOURED CAPS

One day an old man goes to town to sell his caps. He has many colored caps: red, blue, yellow, green, etc. It is a very hot day, and when the old man comes to a forest he lies down under a tree because he wants to sleep. When he wakes up he sees that there are no caps in his bag. He looks up and sees many monkeys in the trees. His caps are on their hands. He shouts at them to throw down his caps. But the monkeys don't do this. So the man gets angry, takes his cap off his head and throws it on the ground. The monkeys see this, so they take off their caps and throw them on the ground, too. The old man gathers the caps and goes away.

Words:

monkey - обезьяна
colored - разноцветный
etc. - и так далее
forest - лес
to lie down - лечь, лежать
head- голова
to shout- кричать
to throw down- бросить
to get angry - рассердиться
to take off- снять
ground - земля
to gather- собирать

Answer the questions:

1. Who wants to sell his caps?
2. What color are the caps?
3. Why does the old man lie down under a tree?
4. Where does the old man see his caps when he wakes up?
5. Do the monkeys give the caps back?
6. Does the old man leave his caps to the monkeys?
7. What does he do when he gets angry?
8. What is the end of the story?

II Speak about English Meals

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4

I Read and translate the text, answer the questions

RAIN. NO GAME

George is a schoolboy, he likes to study; he read a lot and knows quite a lot, but he likes to joke too. One day when the teacher comes into the classroom, she says: "Take your note-books and your pens, boys, and write a composition." "What composition shall we write?" George's friend asks. The teacher tells them to write about the last football match. All the boys open their note-books, take their pens and begin to write. George thinks a little, then he takes his pen and writes three words in his note-book. After that he stand up. "What do you want, George?" asks the teacher. "My composition is ready.", he answers. The teacher goes up to him and asks him to show her his composition George gives her his note-book. The teacher reads in it: "Rain. No game."

Words:

rain - дождь
to joke - шутить
composition - сочинение
schoolboy - школьник
to study - учиться
to show - показывать

Answer the questions:

1. What is George?
2. Does he like to study? Why do you think so?
3. What else does he like to do?
4. What does the teacher tell her schoolboys to do one day?
5. What composition does she ask them to write?
6. Do the schoolboys begin to write?
7. Is George's composition long?
8. What does the teacher read in George's composition?
9. Do you think it is a good joke?

II Speak about Russian / English Holidays

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5

I Read and translate the text, answer the questions

THE SPOON

One day a young Irishman comes to a small restaurant in London, sits down at a table and orders dinner. Soon the waiter brings him a plate of soup and puts it on the table in front of him. The Irishman looks at the soup and says: "I can't eat the soup".

The waiter doesn't say a word, he takes the plate and goes out. Some minutes pass and he comes in with another plate of soup and puts it on the table in front of the Irishman. The Irishman looks at the soup and says again: "I can't eat the soup".

The waiter doesn't know what to do and calls the manager of the restaurant. The manager comes up to the Irishman and asks him: "What's matter, sir? Why can't you eat the soup?"

"Oh", says the Irishman laughing. "I can't eat it because I have no spoon".

Words:

Irishman - ирландец
in front of - перед
to order dinner - заказывать обед
waiter - официант
a plate of soup - тарелка
to call - позвать
manager - директор
restaurant - ресторан
laughing - смеясь
spoon – ложка

Answer the questions:

1. What town does the young Irishman visit?
2. Where does he order dinner?
3. What does the waiter bring him?
4. Can the Irishman eat the soup?
5. Does the waiter bring him another plate of soup?
6. Can the Irishman eat the soup this time?
7. Who does the waiter call?
8. Why can't the Irishman eat his soup?

II Speak about the House of your Dream

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6.

I Read and translate the text, answer the questions

LANGUAGE

A foreigner who cannot speak English is on a visit in England. One day he goes to a restaurant and sits down at a table. When the waiter comes up to him the man opens his mouth, puts his fingers in it and takes them out again. He wants to say: "Bring me something to eat."

The waiter soon brings him a cup of tea. The man moves his head from side to side. The waiter understands him and takes away the tea. He then brings a cup of coffee and puts it on the table. The man again moves his head from side to side. He is hungry but he doesn't want to drink.

Now he wants to go away when another man comes into the restaurant. When this man sees the waiter he puts his hands on the stomach. That is enough: in a few minutes there is a large plate of meat and potatoes on the table in front of him. Now the foreigner knows what to do.

Words:

foreigner – иностранец, приезжий
England - Англия
mouth - рот
finger - палец
to move - двигать
side - сторона
to understand - понимать
another – другой, ещё один
to be hungry - БЫТЬ ГОЛОДНЫМ
to drink - пить
hand - рука
stomach – живот

Answer the questions:

1. Who comes to England?
2. Can he speak English?
3. Where does the man go when he gets hungry?
4. What does the foreigner do to show the waiter that he is hungry?
5. Does the waiter understand him?
6. What does he bring the man?
7. Does the man want to drink?
8. Who comes in when the man wants to go away?
9. What does this man do to show the waiter that he is hungry?
10. Does the waiter understand him?

II Speak about your brother's / sister's family

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7

I Read and translate the text, answer the questions

A GOOD LESSON

It is Sunday. There are a lot of people in the train. Jim Jackson walks along the platform looking for a place to sit down. In one of the cars he sees a vacant seat. But a small suit-case is lying there and a stout gentleman is sitting next to it.

“Is the seat vacant?” asks Jim.

“No, it’s my friend’s seat,” the gentleman answers. “He is just coming – here is his suit-case.”

Jim wants to seat there till the gentleman’s friend comes. Five minutes pass and the train starts, but nobody comes.

“Your friend is late,” Jim says to the gentleman. “he has missed his train, but he needn’t lose his suit-case. I must throw it to him.” And with these words he gets up, takes the suit-case and throws it out of the window.

“Oh, my suit-case!” the stout gentleman cries out and jumps up from his seat. He tries to catch his suit-case but it’s too late.

It is his suit-case, he has taken a second seat for his comfort.

Words:

train - поезд
car - вагон
vacant seat - свободное место
to lie - лежать
next to - рядом
to miss a train - опоздать на поезд
to lose - терять
stout - полный
to jump - вскочить
to catch - поймать, схватить
for his comfort - для удобства

Answer the questions:

1. Are there many people in the train?
2. Who walks along the platform looking for a place to sit down?
3. Is the place that Jim sees vacant?
4. Whose place is it?
5. Does the stout gentleman’s friend come back?
6. What does Jim Jackson do with the suit-case?
7. What is the gentleman’s reaction to this?
8. This is a good lesson for a stout gentleman, isn’t it?

II Speak about your future profession

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8

I Read and translate the text, answer the questions

JIM JACKSON PLANTS A TREE.

Jim Jackson wants to plant a tree in his yard. He goes to the forest, brings a little tree and plants it in the yard near his house.

His two sons, Pete and Mike, see the tree out of the window. They decide to play a joke on their father. At night they go to the forest and bring a big tree. They take their father's tree away and plant the big tree in its place.

In the morning Jim Jackson gets up and comes out into the yard. He goes to look at his young tree. But in the place where there was only a little tree yesterday, he sees a big tree. He cannot understand why the tree is so big. His face is very funny. How the boys laugh!

Words:

to plant – сажать

forest - лес

to decide - решить

to play a joke on smb - сыграть с кем-то шутку

to take away - убрать, унести

funny – смешной

to laugh – смеяться

Answer the questions:

1. What does Jim Jackson want to do?
2. Where does he get a little tree?
3. What do his sons decide to do?
4. Is Jim Jackson surprised to see a big tree in the place where there was only a little tree yesterday?
5. Do you like the joke?

II Speak about your father's / mother's working day

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9

I Read and translate the text, answer the questions

HE DID AS HE WAS TOLD

A traveler was standing in the hall of a Washington hotel. He was in a hurry. He only had 10 minutes to pay his bill and get to the station. Suddenly he noticed that he didn't have his small suit-case with him.

He asked the boy to go up to room 48 and see if his suit-case was there.

"Hurry up. I haven't got much time", he said. The boy hurried up to room 48 while the traveler was walking up and down the hall impatiently. At last the boy came back.

"Yes, sir", he said. "It's there. It's on the table."

Words:

to pay - платить
a bill - счёт (в гостинице, в ресторане)
impatiently - нетерпеливо

Answer the questions:

1. Where was a traveler standing?
2. Why was he in a hurry?
3. What did he suddenly notice?
4. What did he ask the boy to do?
5. What did the boy do?

II Speak about your best friend

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10

I Read and translate the text, answer the questions

THE SUN AND THE MOON

One day two friends were talking about the sun and the moon. One of them said: "All people know that the sun is more useful than the moon."

But the other said: "Oh, no, you aren't right. The moon is much more useful than the sun".

"How can you prove it?" asked the first man.

"Oh, it's quite easy. As you know, the moon shines at night when it's dark outside, and the sun shines in the daytime when it's quite light. Now you see that the moon is much more useful than the sun."

Words:

the moon - луна
to prove - доказывать
to shine (shone, shone) - сиять

Answer the questions:

1. What were two friends talking about?
2. What did one of them say?
3. What did the other answer?
4. What is more useful – the sun or the moon?
- 5.

II Speak about your last week-end

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Е.В. Захарова

Заведующая кафедрой

иностранннх языков



Ю.Н. Эбзеева

название кафедры

инициалы, фамили

Кафедра иностранных языков филологического факультета

Комплект заданий для итоговой аттестации

Итоговая аттестация по дисциплине «Иностранный язык (английский язык)»

Компетенции: ОК-5, 10, 11, 12, 13,14

Критерии оценки:

1 упражнение

Баллы	Критерий оценки
0	Обучающийся не ответил на вопрос или ответ полностью неверен.
1	Обучающийся дал верный, достаточно полный ответ.
2	Обучающийся дал верный, развернутый, четкий и хорошо структурированный ответ, полностью раскрывающий вопрос.

2 упражнение – 4 балла (0,4 балла – за правильный ответ)

Максимальное количество баллов – 6.

3 задание – 20 баллов: (а) -10 баллов; б) – 10 баллов)

Матрица компетенций для контрольной работы:

№ вопроса	Оцениваемые компетенции
1	ОК-5, 10, 11, 12, 13,14
2	ОК-5, 10, 11, 12, 13,14

Вариант 1.

1. Give the four forms of the verbs:

to come, to sleep, to fall, to read, to have

2. Give English equivalents:

Слова четвертого урока, мой старший брат, писать мелом на доске, это – тонкие тетради, стены нашей аудитории, готовить уроки, эти тетради тонкие, желтая чашка, заводской рабочий, не входите туда, пожалуйста.

3. Translate into English

1. Она замужем, ее мужа зовут Сид. Он работает инженером на заводе.
2. Они ужинают в восемь часов.
3. Это твоя книга? Нет, это не моя книга.
4. Эти девушки покупают это платье своей младшей сестре.
5. Он встает в семь часов, быстро завтракает и идет в больницу. Он там работает.
6. Зал светлый. Упражнение длинное. Девушка красивая. Эта женщина - директор.
7. Я иду к своим друзьям. Я иду туда с моей женой.
8. Я не читаю, я не пишу, я не делаю упражнения. Я разговариваю с мамой.
9. У нее красивые сумка и туфли.
10. Что делает твоя жена? Она уезжает в Оксфорд.
11. Это ее родной город. Он красивый.
12. Ученики закрывают книги и берут тетради. Они повторяют грамматику и пишут диктант.
13. Что ты ищешь? Я ищу улицу Даунинг. Там резиденция премьер-министра.

Вариант 1.

1. Give the four forms of the verbs:

To write, to go, to be, to teach, to know

2. Give English equivalents:

Какого цвета твой пиджак? Читающий мальчик, .

3. Translate into English:

1. Кто эти девочки? – Они школьницы.
2. Положите тетради на стол преподавателя.
3. Я хочу купить эти цветы своей маме.
4. Кто он? – Он мой младший брат.
5. Синди - хорошая спортсменка.
6. Я сегодня не иду в клинику. Бетси свободна в субботу. Я иду к ней.
7. Он сидит возле двери.
8. Если хочешь, ты можешь остаться у сестры.
9. Что ты делаешь? Что вы пишете? Что он говорит? Что она покупает?
10. Это ее родной город. Он красивый.
11. Обычно она уходит после шести часов домой.
12. Ты можешь позавтракать с нами. Мама подает завтрак около девяти часов.
13. Он учится в Кембридже. Он изучает там литературу.

4. Make up 5 questions:

Jack usually writes many exercises at home.

Вариант 1.

1. Give the four forms of the verbs:

to break, to sell, to hold, to feel, to win

2. Translate into English:

1. Что находится возле твоего дома?

2. Моя книга ведь на столе, да?
3. Кто может нам помочь?
4. Куда вы идете? Куда вы ходите каждый день?
5. Как вы отмечаете Новый Год?
6. Что ты хочешь сказать?
7. У него на столе много ручек, карандашей и бумаги.
8. Дома украшены флагами и цветами.
9. Сегодня 9 мая, День победы. Все хотят посмотреть фейерверк.
10. Что ты слышишь? – Музыку, которая доносится с площади.
11. Где твоя сестра? – Она больна, готовить ужин буду я.
12. Какое сегодня число? – Сегодня 5 февраля.
13. В каком году Вы родились? – В 1999 году в День защиты детей. – Когда это? - 1 июня.
14. Птицы возвращаются весной, в марте.
15. Осенью часто идут дожди.
16. Что ты собираешься делать этим летом?

3. In 100-150 words write about “How we celebrated the 70-th anniversary of Victory Day”.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Е.В. Захарова

Заведующая кафедрой

иностраннх языков



Ю.Н. Эбзеева

название кафедры

инициалы, фамили

Кафедра иностранных языков филологического факультета

Комплект тестовых заданий (промежуточная аттестация)

по дисциплине «Профессиональные коммуникации (иностраный язык)»

Промежуточный тест по дисциплине:

Критерии оценки:

Верные ответы оцениваются в 0,4 балла (1 упр.).

Верные ответы оцениваются в 0,2 балла (2 упр.).

Неверные ответы оцениваются в 0 баллов.

Максимальная оценка за тест — 6 баллов.

Компетенции: ОК-5, 10, 11, 12, 13,14

I. Choose the variant you think suits the best. Only one variant is correct

1. My sister... interested in medicine ever since she was a child.

- a) is b)was c) has been d) will be
2. When I started working for this company, I... an architect for six years already.
a) has been b) had been c)was d) have been
3. I'll take the decision after I... to the manager.
a) speak b) will speak c) has spoken d) spoke
4. Look! That window just... again!
a) has broken b) broke c) has been broken d) break
5. This cafe used to be much ... before they opened the new one next door.
a) popular b) more popular c) most popular d) the most popular.
6. My company has treated me well, and given me ... chance to succeed.
a) every b) all c) each d) either
7. There may be no need to go to school in the future, since everyone will have a computer... home.
a) --- b) at c) in d) for
8. The pilot ... land the plane on only one engine.
a) could b) was able to c)must d)need
9. ... marriages end in divorce these days.
a) Many b) Much c) Few d) A little
10. You have to learn to accept... ups and downs of life.
a) the b) --- c) a d) this

II. Open the brackets using Present Simple or Present Continuous.

1. He (to work) in the centre of Chicago.
2. He (to work) in the centre of Chicago?
3. He (not to work) in the centre of Chicago.
4. They (to read) many books.
5. They (to read) many books?
6. They (not to read) many books.
7. The children (to eat) soup now.
8. The children (to eat) soup now?
9. The children (not to eat) soup now.
10. You (to play) volleyball well?
11. When you (to play) volleyball?
12. What Nick (to do) in the evening?
13. He (to go) to the cinema in the evening?
14. We (not to dance) every day.
15. Look! Kate (to dance).

16. Kate (to sing) well?
17. Where he (to go) in the morning?
18. He (not to sleep) after dinner.
19. My granny (to sleep) after dinner.
20. When you (to sleep)?
21. Nina (not to sleep) now.
22. Where John (to live)? — He (to live) in England.
23. My friends from Switzerland (to speak) four languages.
24. Elvire (to speak) English, German and French? Yes, she She only (not to speak) Italian.
25. We (not to go) to the country in winter.

III. Translate into English.

1. Давай прогуляемся. Дождя нет.
2. Мой сын работает программистом. Ему очень нравится его работа.
3. Ваша племянница ходит в школу? – Да, она в 10 классе.
4. Мой сын хорошо знает английский язык. Он читает английские книги в оригинале.
5. Мой брат живет далеко от меня. Я не часто его вижу.
6. Куда ты торопишься? – В кино. Мой друг ждет меня.
7. Кому принадлежит этот дом? – Это дом моего отца.
8. Сколько стоит этот компьютер? – 1200 долларов.
9. С кем она разговаривает? – Со своим начальником.
10. Мой брат дипломат. Он часто ездит за границу.
11. Мужчина так пристально смотрит на вас. Вы его знаете?
12. У моего брата есть автомобиль, но я никогда им не пользуюсь. Я хочу купить свой автомобиль.
13. Я не люблю ее. Она постоянно сердится.
14. Не бери эту книгу. Мой брат читает ее.
15. Темнеет. Включи свет.
16. Ты идешь в университет? – Нет. Я иду в библиотеку.
17. Она очень рассеянная. Она постоянно теряет вещи.
18. Моя сестра живет в Москве. Она учится в Российском университете дружбы народов.
19. Дождь все еще идет? – Да.
20. За что он ей так нравится? – Она говорит, что он добрый и умный.
21. Вы помните меня?
22. Михаил сейчас очень занят. Он строит дом.
23. Что ты думаешь об этом фильме? – Он скучноват.

24. О чем ты думаешь? – Я думаю о своем детстве.

25. В котором часу закрывается магазин? – В восемь.

IV. Make up 5 questions:

My brother moved to Moscow seven years ago.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Е.В. Захарова

Заведующая кафедрой

иностранннх языков



Ю.Н. Эбзеева

название кафедры

инициалы, фамили

Приложение 12

(рекомендуемое)

Кафедра иностранных языков филологического факультета

(наименование кафедры)

Комплект разноуровневых задач (заданий)

по дисциплине: Иностранный язык (английский)

Задание 1.

Выберите один из предложенных вариантов ответа и подчеркните его. Только один вариант правильный!

1. Do you have an excuse _____ late to class two days in a row?

(for to be, for being, to be, being)

2. Most _____ hard to learn a foreign language.

(of students work, students work, student work, of students work)

3. I really need _____. Can we talk?

(some advice, an advice, some advices, any advice)

4. I _____ this letter around without looking at it.

(carry, must carry, am carrying, have been carrying)

5. Somebody left this hat over there. I wonder _____.

(whose is this hat, whose hat this is, whose hat is that, is this whose hat)

6. There is a strong wind. I don't think you'll find it's _____ it looks, when you get outside.

(so warm as, as warm as, so warm that, as warm than)

7. _____ taking me downtown on your way to work this morning?

(Can you, Could you please, Why don't you, Would you mind)

8. The problem _____ never occurred.

(I had expected it, whom I had expected, that I had expected it, I had expected)

9. What do you suggest _____?

(us to do, we shall do, we do, do we do)

10. If you ever were in trouble, I would give you all help you _____?

(will need, would have need, need, needed)

11. This girl _____ a book until she was 16.

(never has read, has never read, didn't never read, never read)

12. She likes to have _____ evening meal with the family.

(the, an, -, a)

13. The growth of two-income families in the United States _____ of people moving to the new social class.

(has resulted in millions, resulting in millions, results of millions, millions of results)

14. The Nobel prize _____ annually for outstanding achievements.

(was awarded, has awarded, is awarded, awards)

15. Last night I _____ my favourite TV show, when suddenly it was interrupted for a special news bulletin.

(watched, was watched, have watched, was watching)

Задание 2.

Прочитайте приведенный ниже текст. Преобразуйте слова, напечатанные заглавными буквами так, чтобы они грамматически и лексически соответствовали содержанию текста. Заполните пропуски полученными словами. Каждый пропуск соответствует отдельному заданию.

CAMERON PARK

At first light, there is nothing _____ about the town of Cameron Park in California but, as the day begins and the town comes to _____

USUAL

you can't help _____ that, among the cars, there are light aeroplanes moving along the roads towards the airport.

LIVE

When the town was originally built, a small airport was included for the convenience of people flying in to look at the properties which were for _____, but it soon became clear that this was an attraction in itself. The streets were _____ so that planes could use them, and all the electricity cables were buried _____.

NOTICE

Now, it is likely that the residents will have a private plane in their garage and use it with the same _____ other people enjoy with their cars.

SELL

WIDE

GROUND

FREE

Задание 3.

Прочитайте текст с пропусками, обозначенными номерами 1 – 8. Эти номера соответствуют заданиям 1 – 8, в которых представлены варианты ответов. Обведите букву, соответствующую выбранному варианту.

MONEY

Money is something we all take for granted in our lives. Some of us may 1 we had more of it but we all recognise it when we see it, whether in the form of coins, notes or cheques. It is difficult to imagine how people 2 without money. In the earliest periods of human history, people used to exchange goods directly. They would exchange things they had plenty of for things that they were in 3 of. They might offer food for tools. This 4 of exchange, which is known as 'barter', has many disadvantages. Certain goods may be difficult to carry, they may not last long, or may be impossible to

5 into smaller units. It can also be very difficult to know the worth of something compared with other goods.

The first money as we understand it today, 6 of gold coins produced about 2,500 years ago. Gold, being a very precious metal, was a 7 material. The introduction of gold coins was acceptable to everyone and they were still being used at the beginning of this century, although they have now been 8 by paper money and coins made of ordinary metals.

- | | | | | |
|----|---------------|--------------|--------------|-------------|
| 1. | a) wish | b) hope | c) expect | d) desire |
| 2. | a) arrange | b) spent | c) dealt | d) managed |
| 3. | a) need | b) want | c) lack | d) demand |
| 4. | a) procedure | b) method | c) operation | d) business |
| 5. | a) divide | b) reduce | c) decrease | d) share |
| 6. | a) created | b) consisted | c) developed | d) composed |
| 7. | a) suitable | b) right | c) just | d) correct |
| 8. | a) taken over | b) reformed | c) put away | d) replaced |

Задание 1.

Установите соответствия рубрик А-Ф текстам 1-5, в которых содержится информация о курсах иностранного языка в Великобритании. Заполните пропуски выбранными вами вариантами ответа. Используйте каждую букву только один раз. В задании одна рубрика лишняя.

A. Studies

B. Social Programme

C. Medical Treatment

D. Accommodation

E. Background

F. Meals

1. The Bell Schools have been organizing junior courses for over twenty-five years. They were established to provide children between the ages of 9 and 17 with the opportunity to learn and practice English in a safe, well-supervised environment, and to experience English life and culture under the guidance of experienced teachers. Many students return year after year to our courses and go to attend adult courses in the main schools.

2. All the courses take place in attractive, residential schools. Bedroom accommodation is simple and varies from centre to centre: in some schools, students sleep in traditional dormitories, in others they may have single or double bedrooms. Accommodation is under the careful supervision of residential staff throughout and on all the courses boys and girls sleep in separate houses.

3. The courses aim to provide an environment where English is the natural language of communication. Children are grouped partly by age and partly by level of knowledge. Particular attention is given to transforming a passive knowledge of the language into an active command by involving the students in learning activities and situations in and out of the classroom. Considerable care and attention is devoted to the individual needs and interests of the students. All learning activities are professionally planned and many carefully organized to take place outside the classroom so that students can gain maximum benefit from the local English community.

4. All meals are included within the courses fees. As far as possible, menus are planned to take account of students' dietary requirement, and parents are asked to give details of their children's needs before the start of the courses.

5. All of the courses employ trained medical staff, and local doctors are available for consultation in more serious cases.

Students from some countries are given free medical treatment under the National Health Service; others will be insured against unforeseen medical costs by The Bell Education Trust. Please note that this insurance does not cover the cost of dental treatment.

1	2	3	4	5

Задание 2.

Прочитайте текст и заполните пропуски 1 – 7 частями предложений, обозначенными буквами А – Н. Одна из частей в списке А – Н лишняя. Занесите букву, обозначающую соответствующую часть предложения, в таблицу.

- A. It was hard to tell how old she was in the candlelight.
- B. The waiter pronounced the last word as if he didn't quite understand it.
- C. Even though it was candle-lit, I could see the inside of the place was as empty as the car park.
- D. I wondered if it could be hers.
- E. I called the waiter over and asked for the bill.

F. Not that I'm hard of hearing, it's just better that way.

G. Then she took out a photograph of a man and a woman on a beach.

H. Her voice suggested someone in her early 30s.

'At Antoine's. At seven', the woman's voice said at the other side of the phone. 'At Antoine's. At seven', I repeated. I always repeat such information on the phone in case I haven't heard correctly. 1

'Very well, then. I'll be expecting you,' she replied.

'Just a moment. How will I recognize you?' I asked. I was trying to imagine what she looked like. 2

There was something smooth but at the same time hard about that voice, something that goes with diamonds and an expensive education.

'You won't have to. Just don't be late!' she said curtly. Then she hung up.

Antoine's was one of those new-style French places that specializes in very small portions and very high prices. I left my old Ford in the car park. There was only one other car there, a white Mercedes. 3

'Yes sir? Have you got a reservation?' the headwaiter asked as soon as I came through the door. I looked around. 4

'No, but I don't think I'll need one,' I answered.

The waiter smiled. But his eyes didn't. He looked at my well-worn sports jacket and not very new shoes.

'I'm afraid we are fully booked this evening', he said.

'That's all right. I think the gentleman is looking for me.'

It was the same voice I heard on the phone and it came from the table in the corner. The waiter's manner suddenly changed.

'You should have said she's waiting for you,' he said in a low voice as he showed me to the table. I looked down. She had red hair and was dressed casually in denims. But they were the sort of denims you can't buy in most shops. 5 But it was obvious she was beautiful. Very beautiful.

'Sit down, Mr. Nelson. What would you like to drink?' she said.

'Beer.'

'Excuse me, sir. Did you say ... beer?'

6

'Perhaps you'd better have a glass of champagne instead,' the woman said and nodded to the waiter before I could refuse. She waited for him to leave.

7 The woman's face was famous, but I had never seen the man with her before. He was middle-aged, tanned, and had his arm around her.

‘I’ll get straight down to business if you don’t mind’, she said. She looked around and then laid some neatly-typed notes on the table, too.

‘Go ahead. Read them. I thought I’d better put it all in writing just in case someone was listening.’

She looked around the empty restaurant again.

‘You can never be too careful, even in a place like this,’ she said.

1	2	3	4	5	6	7

Задание 3.

Прочитайте приведенный ниже отрывок и выполните задания, обведя букву a, b, c, d, соответствующую выбранному вами варианту. Только один из предложенных вариантов является правильным!

As a woman student in the University, Maria Montessori had to follow many special rules. Young women could never be alone in public in Italy. That meant she always had to find someone to walk with her to classes. She was not supposed to have very close contact with the male students. So she had to wait to enter the lecture hall until they were all in their seats. And finally, she couldn’t work together with male students. Instead she had separate sessions alone in the evening.

As the only woman, Maria attracted much attention. Before long, however, her professors began to be impressed by her seriousness and her ability. At the end of her second year she won a large scholarship, the Rolli Prize. The scholarship gave Maria financial independence. This was important because her father threatened to cut off all financial support. He still opposed her choice of careers, though her mother continued to support her.

After her first success, Maria went on to others. The next year she won a serious competition for a position as an assistant in a hospital in Rome. Then, in her fourth and final year, she gave a lecture that was received with great applause. All the audience stood up to congratulate her. Among the people who attended the lecture was her father. He had decided to go only at the last minute, and he, too, was impressed by Maria. That was the beginning of a change in his attitude towards his daughter’s career.

Maria’s final assignment at the university was to write a thesis on an original topic. She completed her thesis in the spring of 1896. After discussing it with the examiners, she was given her degree with high honors on July 10, 1886. Since Maria was the first woman graduate, a special diploma had to be written out for her. The traditional wording had to be changed.

The new doctor was much talked about in Rome. She couldn’t go for a walk without being noticed. People would stop her mother and ask about her extraordinary daughter. They were surprised to see that Maria

was an attractive young woman. They probably had expected an older, more severe kind of person. And they must have wondered how such a delicate-looking woman could work with dead bodies or how she could have the courage to speak in public about such difficult scientific matters!

1. This passage is about

- a) the years Maria attended the university.
- b) universities in Italy.
- c) women medical students.
- d) how Maria was awarded her degree.

2. At the university Maria

- a) was free to do what she wanted.
- b) had to work together with the other students.
- c) was much less free than the other students.
- d) was treated like all the other students.

3. Maria won the Rolli Prize because

- a) she was a woman.
- b) of her ability.
- c) she needed money.
- d) of her father.

4. Maria's final lecture was

- a) much applauded.
- b) not applauded.
- c) poorly attended.
- d) about the economy.

5. Maria's father

- a) didn't care about her career.
- b) was always proud of his daughter.
- c) began to change his mind about her career.

d) didn't want her to have a career.

6. Maria's diploma had to be rewritten because

a) it didn't mention her family.

b) she was a woman.

c) it was too traditional.

d) she had won high honors.

7. People in Rome probably thought a woman doctor

a) should be especially attractive

b) would be much younger than Maria was

c) would not be attractive

d) should be able to discuss scientific matters

8. You can understand from this passage that

a) many Italian women spoke in public

b) Italian women generally did not speak much in public

c) most Italian women liked to walk in public parks

d) Italian women liked to listen to public speaking

e)

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Е.В. Захарова

Заведующая кафедрой

иностраннх языков



Ю.Н. Эбзеева

название кафедры

инициалы, фамили

Наименование дисциплины	Иностранный язык делового общения
Объём дисциплины	4 ЗЕ (144 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел 1: Business networking skills.	Тема 1: Arranging a meeting.
	Тема 2: Writing formal and informal agendas. Chairing a meeting.
	Тема 3. Handling a conversation
Раздел 2: Applying for the job	Тема 1: The prospective employee.
	Тема 2: Participating in interviews
	Тема 3. A CV and a covering letter.
Раздел 3: The work environment	1. Тема1: Talking about jobs and work.
	2. Тема 2: Corporate culture
	3. Тема 3. Workplace atmosphere.
	4. Тема 4. The workforce of the future
Раздел 4: Talking about your company and business	Тема 1: Introducing and describing your company
	Тема 2: Advertising
	Тема 3. Money-matters
Раздел 5: Business communication	Тема 1: The structure of a business letter.
	Тема 2: An inquiry letter.
	Тема 3. An offer letter
	Тема 4. An advertising letter.

	Тема 5. A letter of complaint. Answering a complaint.
	Тема 6. Negotiating a contract.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

А.В. Пушкина

Заведующая кафедрой

иностраных языков

Ю.Н. Эбзеева

название кафедры

инициалы, фамилия

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
Российский университет дружбы народов

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины: **Иностранный язык (делового общения)**

Рекомендуется для направления подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с
общественностью**

Москва

1. Цели и задачи дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Иностранный язык (делового общения)» в рамках первой ступени высшего профессионального образования (уровень бакалавриат) являются:

- грамотное владение терминологией делового общения и умению адекватно применять стандартные обороты, используемые в данной языковой сфере.
- ознакомлении студентов с аспектами английского языка, относящимися к сфере делового общения.
- повышении культуры делового общения и общей культуры студентов.
- изучение этических основ делового общения и формирования современной деловой культуры; деловой этики в рекламе;
- рассмотрение теории и практики ведения деловых переговоров - их организации и подготовки, концептуальных подходов к ним;
- освоение психологии делового общения, тактических приемов на переговорах и техники аргументации, предотвращения конфликтных ситуаций;
- рассмотрение вопросы делового этикета, бизнес-протокола и атрибутов делового общения; - проанализировать виды деловой переписки (включая и международную), особенности составления деловых документов в области рекламы;
- ознакомление с методами организации и проведения деловых бесед, совещаний, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации.
- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования;
- овладение студентами необходимым и достаточным уровнем владения иностранным языком для решения социально-коммуникативных задач в различных областях культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего обучения в магистратуре и аспирантуре и проведении научных исследований в заданной области.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Иностранный язык (делового общения)» относится к вариативной части учебного плана по данному направлению (Б1.В.ДВ.01.01) (дисциплина по выбору), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/ п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Общекультурные компетенции			
	ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Иностранный язык	Иностранный язык (делового общения) Профессиональные коммуникации (иностраннный) Иностранный язык (теоретическая грамматика)
	ОК-10: способностью владеть взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод	Иностранный язык	Иностранный язык (делового общения) Профессиональные коммуникации (иностраннный) Иностранный язык (теоретическая грамматика)
	ОК-11: способностью владеть взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод	Иностранный язык	Иностранный язык (делового общения) Профессиональные коммуникации (иностраннный) Иностранный язык (теоретическая грамматика)
	ОК-12: способностью владеть иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-профессиональной, научной, социокультурной, повседневно-бытовой сферах иноязычного общения	Иностранный язык	Иностранный язык Профессиональные коммуникации (иностраннный) Иностранный язык (теоретическая грамматика)

	ОК-13: способностью использовать иностранный язык в процессе профессиональной деятельности по направлению подготовки (специальности)	Иностранный язык	Иностранный язык Профессиональные коммуникации (иностранный) Иностранный язык (теоретическая грамматика)
	ОК-14: способностью устанавливать и поддерживать с российскими деловыми партнерами толерантные профессионально-коммуникативные отношения, основанные на уважительном отношении к культурным, социальным, социально-политическим реалиям и ценностям российского общества, на знании норм и правил эффективного взаимодействия, принятых в российских профессионально-деловых сообществах	Иностранный язык	Иностранный язык Профессиональные коммуникации (иностранный) Иностранный язык (теоретическая грамматика)

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-10: способностью владеть взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод

ОК-11: способностью владеть иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-профессиональной, научной, социокультурной, повседневно-бытовой сферах иноязычного общения

ОК-12: способностью использовать иностранный язык в процессе профессиональной деятельности по направлению подготовки

ОК-13: способностью эффективно и в полном объеме решать профессиональные и научно-профессиональные задачи, реализовать профессионально-деловые, научно-профессиональные, общекультурные коммуникативные потребности средствами русского языка

ОК-14: способностью устанавливать и поддерживать с российскими деловыми партнерами толерантные профессионально- коммуникативные отношения, основанные на уважительном отношении к культурным, социальным, социально-политическим реалиям и ценностям российского общества, на знании норм и правил эффективного взаимодействия, принятых в российских профессионально- деловых сообществах

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: языковые характеристики и национально-культурную специфику лексического, семантического, грамматического, прагматического и дискурсивного аспектов подготовленной/неподготовленной, устной/письменной, официальной/неофициальной деловой речи.

Уметь: интерпретировать на языковом, эстетическом, культурологическом уровнях газетно-публицистический текст, проводить лингвистический анализ научного, научно-популярного и делового текста.

Владеть: орфоэпической, орфографической, грамматической, лексической и стилистической нормами изучаемого языка, навыками перевода с иностранного языка на русский и с русского на иностранный в сферах делового и профессионального общения.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (кредита).

№	Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
			5	6
1.	Аудиторные занятия (ак. часов)	66	34	32
	<i>В том числе:</i>	-	-	-
1.2.1.	Семинары (С)/ Практические занятия (ПЗ)	70	34	32
	Зачет/Итоговая аттестация	4	2	2
2.	Самостоятельная работа студентов (ак. часов)	78	38	40
	<i>В том числе:</i>			

2.5.	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	4	2	2
3.	Общая трудоемкость (ак. часов)	144	72	72
	<i>Общая трудоемкость (зачётных единиц)</i>	<i>4</i>	<i>2</i>	<i>2</i>

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Business networking skills.	Arranging a meeting. Writing formal and informal agenda. Chairing a meeting. Handling the conversation.
2	Applying for the job.	The prospective employee. Participating in an interview. A CV and a covering letter.
3	The work environment.	Talking about jobs and work. Corporate culture. Workplace atmosphere. The workforce of the future.
4	Talking about your company and business.	Introducing and describing your company. Advertising. Money matters.
5	Business communication.	The structure of a business letter. An inquiry letter. An offer letter. An advertising letter. A letter of complaint. Answering complaint. Negotiating a contract.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ Модуль	НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМЫ	Всего часов	Виды учебных занятий (аудиторных)	СРС
			Семинары (пр.зан.)	

1	Arranging a meeting. Writing formal and informal agendas. Chairing a meeting. Handling the conversation.	28	12	16
2	The prospective employee. Participating in an interview. A CV and a covering letter.	28	12	16
3	Talking about jobs and work. Corporate culture. Workplace atmosphere. The workforce of the future.	28	12	16
4	Introducing and describing your company. Advertising. Money-matters.	26	11	15
5	The structure of a business letter. An inquiry letter. An offer letter. An advertising letter. A letter of complaint. Answering a complaint. Negotiating a contract.	26	11	15
	Промежуточная	4	4	-
	Итоговая аттестации	4	4	-
	Всего часов	144	66	78

6. Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом

7. Практические занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	1	Arranging a meeting. Writing formal and informal agendas. Chairing a meeting. Handling the conversation.	12
2.	2	The prospective employee. Participating in an interview. A CV and a covering letter.	12

3.	3	Talking about jobs and work. Corporate culture. Workplace atmosphere. The workforce of the future.	12
4.	4	Introducing and describing your company. Advertising. Money-matters.	11
5.	5	The structure of a business letter. An inquiry letter. An offer letter. An advertising letter. A letter of complaint. Answering a complaint. Negotiating a contract.	11
	Промежуточная аттестация		4
	Итоговая аттестация		4
	Итого:		66

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Лингафонный кабинет
Компьютеры, DVD, лингафонный кабинет
Moodle

9. Информационное обеспечение дисциплины:

а) программное обеспечение:

В процессе семинарских занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет, программы для демонстрации аудио-видео материалов, текстовые редакторы, а также система закрепления знаний Quizlet, тестовой проверки GoConqr (в сети Интернет). Программное обеспечение электронного ресурса сайта РУДН, включая ЭБС РУДН.

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. 77 выражений для делового общения на английском <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Flifehacker.ru%2F77-vyrazhenij-dlya-delovogo-obshheniya-na-anglijskom%2F&d=1>
2. Marketing and Sales <https://youtu.be/csLbmbKLaZM>
3. Деловой английский. Фразы для выступлений и переговоров. <https://youtu.be/xs67UE0hohY>
4. Business English conversation | Sales meeting /https://youtu.be/G7VWp_U-eo8
5. Chair a Meeting in English - Useful English Phrases for Meetings - Business English <https://youtu.be/vA-E7ryacmI>
6. English Job Interview Tips and Tricks - How to Answer Job Interview Questions in English <https://youtu.be/nhTcuUvLG0E>
7. "What are your weaknesses?" Job Interview Question / 9 Great Answers! https://youtu.be/d1xb0_tT5SQ

8. Mock Interview Preparation: Common Questions with Feedback!

https://youtu.be/R_dxlajqA4s

9. Job Interview (Good Example)<https://youtu.be/Rdi-SNhe2v4>

10. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

а) Основная литература

1. Малюга Елена Николаевна. ьФункциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации / Е.Н. Малюга. - 2-е изд., доп. - М. : Либроком, 2008. - 320 с. - ISBN 978-5-397-00075-8
2. Храмченко Д.С. Системность и динамичность английского делового дискурса: функционально-синергетический аспект [Текст] / Д.С. Храмченко// Вестник Российского университета дружбы народов: Лингвистика. - 2014. - №3. - С. 54 - 63.
3. Brieger Nick. The Language of business English [Текст] : Grammar & Functions / N. Brieger, S. Sweeney. - Second impression. - England : Longman, 2000. - 250 p. - ISBN 0-13-042516-8

б) дополнительная литература

- 1.Профессиональный английский язык: конспект лекций / сост. Т.Н. Ямских, Р.А. Короленко, Ю.В. Глущенко. - Красноярск: ИПК СФУ, 2008.-202 с. (Профессиональный английский язык: УМКД № 197-2007 / рук. творч. коллектива Т.Н. Ямских)
- 2.Профессиональный английский язык:практикум / сост. Т.Н. Ямских, Т.Н. Свиридова, Р.А. Короленко. - Красноярск: ИПК СФУ, 2008.-200 с. (Профессиональный английский язык: УМКД № 197-2007 / рук. творч. коллектива Т.Н. Ямских)

11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины:

Дисциплина Иностранный язык (делового общения) представляет собой модуль, рассчитанный на 2 семестра. Преподавание курса предполагает использование интерактивных форм занятий в сочетании с самостоятельной работой студентов с привлечением в качестве специализированных источников научных статей и словарей. Пополнение словарного запаса, систематизация грамматических знаний, совершенствование навыков говорения и аудирования, чтения и письма являются обязательными составляющими каждого занятия.

Особенностью организации изучения дисциплины является то, что студенту необходимо научиться работать самостоятельно, пополнять свои профессиональные знания на основе использования оригинальных источников, в том числе и электронных и на иностранном языке из разных областей общей и профессиональной культуры.

Читать и понимать аутентичную литературу, содержащую тематику делового общения, при необходимости обращаться к лингво-страноведческим справочникам.

Пользоваться англо-английским словарем, интернет-источниками для подбора правильной лексической единицы при составлении различных типов диалогов и монологов профессиональной направленности.

Пополнять знания, охватывающие тематику языковых реалий, норм речевого этикета и поведения в данной стране, ее литературу, искусство.

Повторять/закреплять основные грамматические и лексические явления на профессионально-направленном материале. Грамматические навыки также следует закреплять на письме в виде аннотации, реферата, тезиса, делового письма или сообщения.

Глубже изучать понятие о разговорном, официально-деловом, научном стилях.

От студентов требуется посещение семинарских занятий, обязательное участие в аттестационно-тестовых испытаниях, индивидуальных и групповых работах, выполнение заданий преподавателя. Особо ценится активная работа на семинаре: творческий подход к выполнению домашних заданий и проектов, способность четко и емко формулировать свои мысли, а также результаты промежуточных тестов и итоговой работы.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (см. ФОС РПД).

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

А.В. Пушкина

Руководитель программы:

Заведующий кафедрой

массовых коммуникаций

В. В. Барабаш

Заведующая кафедрой

иностраннх языков

Ю.Н. Эбзеева

название кафедры

инициалы, фамилия

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ
(РУДН)**

Филологический факультет

Кафедра иностранных языков

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
31.08.2018 г., протокол №1
Заведующая кафедрой
Ю.Н. Эбзеева

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
Иностранный язык (делового общения)**

42.03.01 «Реклама и связь с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника — бакалавр

Москва

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление: 42.03.01 «Реклама и связь с общественностью»

Дисциплина: Иностранный язык (делового общения)

Контролируемый раздел (модуль) дисциплины	Контролируемая тема дисциплины	ФОСы (формы контроля уровня освоения ООП)										Ба. те	
		Аудиторная работа					Самостоятельная работа						Э к з а м е н / З а ч е т
		О п р о с	Т е с т				В ы п о л н е н и е Д З						
Раздел 1: Business working skills.	Тема 1: Arranging a meeting.	3					3						
	Тема 2: Writing formal and informal agendas. Chairing a meeting.	3					3						
	Тема 3. Handling a conversation	3					3						
Раздел 2: Applying for the	Тема 1: The prospective employee.	3					3						
	Тема 2: Participating in interviews	3					3						
	Тема 3. A CV and a covering letter.	3					3						

Модуль 3: The work environment	Тема 1: Talking about jobs and work.	2						2						
	Тема 2: Corporate culture	2						2						
	Тема 3. Workplace atmosphere.	2						2						
	Тема 4. The workforce of the future	2						2						
Модуль 4: Talking about your company and business	Тема 1: Introducing and describing your company	3						3						
	Тема 2: Advertising	3						3						
	Тема 3. Money-matters	3						3						
Модуль 5: Business communication	Тема 1: The structure of a business letter.	2						3						
	Тема 2: An inquiry letter.	2						3						
	Тема 3. An offer letter	1						3						
	Тема 4. An advertising letter.	1						3						
	Тема 5. A letter of complaint. Answering a complaint.	1						3						
	Тема 6. Negotiating a contract.	1						3						
	Промежуточная аттестация (тест)		2											
	Итоговая аттестация (устный зачет)		2										6	

	ИТОГО	45	4					45				6	
--	-------	----	---	--	--	--	--	----	--	--	--	---	--

Кафедра иностранных языков филологического факультета

Экзаменационные билеты

по дисциплине Иностранный язык (делового общения)
(наименование дисциплины)

Направление: 42.03.01 «Реклама и связь с общественностью»

В рамках итоговой аттестации (зачета) может быть проверена сформированность всех компетенций дисциплины.

К комплексу экзаменационных (зачет) билетов прилагаются разработанные преподавателем критерии оценки по дисциплине.

Критерии оценки ответов на экзаменационный билет:

Ответ на каждый экзаменационный вопрос оценивается от 0 до 20 баллов:

Оценку «отлично» — **20 баллов** на экзамене получают те студенты, которые дали полный, логически последовательный, аргументированный ответ на оба вопроса и перевели текст без погрешностей.

Оценку «хорошо» — **15 баллов** студент получает, когда он/она недостаточно полно и всесторонне осветил/а вопросы билета, затруднялся(лась) проанализировать проблемы, связанные с освещаемыми темами и имел(а) небольшие погрешности при переводе текста.

Оценку «удовлетворительно» — **9 баллов** студент получает в случае, если он/она не может полностью ответить на вопросы, недостаточно владеет материалом и при переводе допускает существенные лексические и грамматические ошибки.

Оценку «неудовлетворительно» — **ниже 8 баллов** студент получает в случае, если он/она плохо отвечает почти на все вопросы, не владеет материалом, не в состоянии перевести текст, не допустив при этом грубых ошибок.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

А.В. Пушкина

Заведующая кафедрой
иностраных языков

Название кафедры



Ю.Н. Эбзеева

инициалы, фамилия

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»
(РУДН)
Филологический факультет**

Дисциплина Иностранный язык (делового общения)
(наименование дисциплины)

Направление: 42.03.01 «Реклама и связь с общественностью»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1
(в виде устного собеседования)

1 Вопрос. Role-play with your partner. You want to persuade your boss to send you on a Caribbean sales trip. Use some arguments: goods/sales, new/opportunity, increase/motivation, come back/refreshed. Your boss is not keen on sending you on the trip and gives reasons why.

2 Вопрос. Составьте письмо-запрос в адрес английской компании:

- сообщите, где вы прочитали рекламу о производимых этой компанией мужских костюмах;
- напишите, что вы хотели бы закупить партию мужских костюмов в количестве 200 штук;
- узнайте их стоимость на условиях поставки CIF;
- сообщите в письме, что если вас устроят цена и качество, вы сможете в дальнейшем делать большие заказы;
- попросите дать ответ как можно скорее.

3 Вопрос. Describe the culture of the company where you work, or a company you are familiar with.

4 Вопрос. Speak on what you think would be a “dream” job.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2
(в виде устного собеседования)

1 Вопрос. Role-play with your partner. Discuss with your personal assistant the forthcoming meeting and what he/she is supposed to do:

- Meeting to discuss autumn production schedules – Wednesday, 4th August. 3:45 p.m.
- Ask Sara to arrange:

Meeting room
Data Projector
Tea and biscuits
Minutes

2 Вопрос. Составьте письмо-ответ на претензию о недопоставке товаров вашей компанией. Попросите прощения за свою оплошность, укажите по чьей вине она случилась, какие меры вы собираетесь принять для того, чтобы это не произошло в дальнейшем.

3 Вопрос. Introduce and describe your company. Give facts and figures about your company. Talk about the performance of your company.

4 Вопрос. Speak on which you prefer - working alone/in a team?

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3

(в виде устного собеседования)

1 Вопрос. Role-play with your partner. Mr Hamilton is interested in your product/goods. Meet him at your office. Ask him about his impressions of Moscow. Discuss with him the number of the products he is going to buy, terms of delivery and shipment.

2 Вопрос. Составьте (на английском языке) письмо-запрос дирекции отеля и письмо-предложение фирмы на 50 холодильников.

3 Вопрос. Present the structure of the company you work for/you are familiar with (performance, subsidiaries, branches, departments, their functions, staff)

4 Вопрос. Speak on what aspects of corporate culture you think can have a negative effect on performance?

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4

(в виде устного собеседования)

1 Вопрос. Role-play with your partner. Meet Mr Black at your office and discuss with him the terms and the time of delivery of your equipment. Ask him to make payment for collection. Tell him their prices are not attractive to your company and ask him to give you a discount.

2 Вопрос. Составьте (на английском языке) рекламное письмо с целью рекламы товаров своей формы с приложениями в виде прейскуранта и каталога.

3 Вопрос. Present the product at the exhibition (performance of the product, the guarantee period, the design, maintenance, technical support).

4 Вопрос. Speak on why it is important for a company to have a strong corporate culture.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5

(в виде устного собеседования)

1 Вопрос. Role-play with your partner. You want to persuade your boss to give you a pay rise. Use some arguments: deserve it, work unpaid overtime, motivating, value of salary lower because of credit crunch. Your boss is not keen on giving you a pay rise and gives reasons why.

2 Вопрос. Составьте письмо-рекламацию в адрес английской компании, которая поставила вам партию мужских костюмов, изложив претензии:

- на шести костюмах не хватает от одной до трех пуговиц;
- на двух костюмах повреждена ткань;
- на трех костюмах есть пятна от краски.

3 Вопрос. Prove that you are the right person for the company.

4 Вопрос. Speak on whether accepting and giving gifts to business partners should be allowed.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6

(в виде устного собеседования)

1 Вопрос. Role-play with your partner. You want to persuade your boss to send you on a Caribbean sales trip. Use some arguments: goods/sales, new/opportunity, increase/motivation, come back/refreshed. Your boss is not keen on sending you on the trip and gives reasons why.

2 Вопрос. Составьте (на английском языке) рекламное письмо с целью рекламы товаров своей формы с приложениями в виде прейскуранта и каталога.

- 3 Вопрос. Introduce and describe your company. Give facts and figures about your company. Talk about the performance of your company.
- 4 Вопрос. Speak on which you prefer- communicating by e-mail/by telephone?

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7

(в виде устного собеседования)

- 1 Вопрос. Role-play with your partner. Meet Mr Black at your office and discuss with him the terms and the time of delivery of your equipment. Ask him to make payment for collection. Tell him their prices are not attractive to your company and ask him to give you a discount.
- 2 Вопрос. Составьте (на английском языке) письмо-запрос дирекции отеля и письмо-предложение фирмы на 50 холодильников.
- 3 Вопрос. Prove that you are the right person for the company.
- 4 Вопрос. Speak on how the Internet can be used to promote products.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8

(в виде устного собеседования)

- 1 Вопрос. Role-play with your partner. You want to persuade your boss to give you a pay rise. Use some arguments: deserve it, work unpaid overtime, motivating, value of salary lower because of credit crunch. Your boss is not keen on giving you a pay rise and gives reasons why.
- 2 Вопрос. Составьте письмо-ответ на претензию о недопоставке товаров вашей компанией. Попросите прощения за свою оплошность, укажите по чьей вине она случилась, какие меры вы собираетесь принять для того, чтобы это не произошло в дальнейшем.
- 3 Вопрос. Present the structure of the company you work for/you are familiar with (performance, subsidiaries, branches, departments, their functions, staff)
- 4 Вопрос. Speak on how Internet advertising can be combined with other forms of promotional activity.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9

(в виде устного собеседования)

- 1 Вопрос. Role-play with your partner. Mr Hamilton is interested in your product/goods. Meet him at your office. Ask him about his impressions of Moscow. Discuss with him the number of the products he is going to buy, terms of delivery and shipment.
- 2 Вопрос. Составьте письмо-запрос в адрес английской компании:
- сообщите, где вы прочитали рекламу о производимых этой компанией мужских костюмах;
 - напишите, что вы хотели бы закупить партию мужских костюмов в количестве 200 штук;
 - узнайте их стоимость на условиях поставки CIF;
 - сообщите в письме, что если вас устроят цена и качество, вы сможете в дальнейшем делать большие заказы;
 - попросите дать ответ как можно скорее.
- 3 Вопрос. Present the product at the exhibition (performance of the product, the guarantee period, the design, maintenance, technical support).
- 4 Вопрос. Speak on whether you should allow employees to work from home.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10

(в виде устного собеседования)

1 Вопрос. Role-play with your partner. Discuss with your personal assistant the forthcoming meeting and what he/she is supposed to do:

- Meeting to discuss autumn production schedules – Wednesday, 4th August. 3:45 p.m.
- Ask Sara to arrange:

Meeting room
Data Projector
Tea and biscuits
Minutes

2 Вопрос. Составьте письмо-рекламацию в адрес английской компании, которая поставила вам партию мужских костюмов, изложив претензии:

- на шести костюмах не хватает от одной до трех пуговиц;
- на двух костюмах повреждена ткань;
- на трех костюмах есть пятна от краски.

3 Вопрос. Introduce and describe your company. Give facts and figures about your company. Talk about the performance of your company.

4 Вопрос. Speak on what sort of culture would work best of you.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

А.В. Пушкина

Заведующая кафедрой
иностраннх языков

Название кафедры



Ю.Н. Эбзева

инициалы, фамилия

Кафедра иностранных языков филологического факультета

Комплект заданий для итоговой аттестации

Итоговая аттестация по дисциплине «Иностранный язык (делового общения)»

Компетенции: ОК 5, 10, 11, 12,13,14

Критерии оценки:

1 упражнение

Баллы	Критерий оценки
0	Обучающийся не ответил на вопрос или ответ полностью неверен.
1	Обучающийся дал верный, достаточно полный ответ.
2	Обучающийся дал верный, развернутый, четкий и хорошо структурированный ответ, полностью раскрывающий вопрос.

2 упражнение – 4 балла (0,4 балла – за правильный ответ)

Максимальное количество баллов – 6.

3 задание – 20 баллов: (а) -10 баллов; б) – 10 баллов)

Матрица компетенций для контрольной работы:

№ вопроса	Оцениваемые компетенции
1	ОК 5, 10, 11, 12,13,14
2	ОК 5, 10, 11, 12,13,14

1.Fill in the blanks with one of the words or phrases from the list below. There are more words than blanks. Change the forms of the words where necessary.

overhead suppliers profits paperwork payroll to tackle lucrative niche regulator shareholder dividend broker to promote to hire authority hierarchy surplus" to recycle patent chain executives

- 1 Our company has over 1000 employees on its..... .
- 2are necessary to ensure fair trading on the stock exchange.
- 3 The company's.....including rent, electricity and heating, have doubled this year.
- 4 The mobile phone market is an extremely.....one.
- 5 Our.....have never made a late delivery.
- 6are paid according to company earnings.
- 7 The company has a lot of financial problems.....before considering expansion.
- 8 We are going to open a.....of supermarkets in France.
- 9 Our innovations are protected by..... .
- 10 In most companies major decisions are made high up the..... .
- 11 We're expanding and personnel is presently.....new staff.
- 12 Who gave you the.....to sign this invoice?
- 13 Let's sell off our.....stock cheaply in the January sales.
- 14 Keeping two sets of receipts will involve a lot of extra
- 15 My.....advises me on which shares to buy.

2. Choose the best word to fill each gap from the alternatives given below. Put a circle around the letter, A, B or C, of the word you choose.

'We are very excited about our new multimedia range. The original (1).....-..... was to produce a large, flat screen that would hang on the wall like a picture. Our (2).....research showed us that people don't want huge TVs in their living rooms. 80% of people who filled in our(3).....said they wanted one screen to be a TV, a computer monitor, or used to show DVDs. It took us two years to make the (4).....When we showed it to our (5).....group they loved it. There were one or two small (6)....., but we solved them easily. We are having a big product (7).....next week and our sales (8).....is approximately 100,000 units in the first year.'

- 1 A design B concept C manufacture
- 2 A market B shop C laboratory
- 3 A application B interview C questionnaire
- 4 A trial B version C prototype
- 5 A focus B panel C thought
- 6 A insects B bugs C flies
- 7 A launch B survey C rollout
- 8 A team B department C forecast

3. Choose the best word from the brackets () to fill the gap.

- 1 The Ford Motor Company was.....in 1903. (find/found/founded)
- 2 There were 2,700 business.....in the UK in the last quarter. (start-ups/get-ups/start-offs)
- 3 Sir Richard Branson is one of Britain's.....of industry, (bosses/captains/moguls)
- 4 Rupert Murdoch is a media —.....who owns many newspaper and TV companies (leader/magnate/founder)
- 5 That's Angelina Carhto. She's a very successful..... (businessman/businesswoman/business people)
- 6 My mother started with one shop and now she heads up a huge business..... (empire/country/world)

4. Choose the best word to fill each gap from the alternatives given below. Put a circle around the letter, A, B or C, of the word you choose.

'The economy of eastern Europe has changed a lot. Twenty years ago, the main industries were completely nationalized and many companies were owned by the (1).....They did not work well. They were inefficient and (2).....Now governments are trying to (3).....them, but it is not easy to find (4).....People don't want to put money into the old companies. However, some people are happy to (5)..... their money on new businesses and there are signs that a new enterprise (6)..... is growing.'

- 1 A nation B state C country
- 2 A automatic B diplomatic C bureaucratic
- 3 A privatize B nationalize C enterprise
- 4 A corporations B firms C investors
- 5 A save B risk C sell
- 6 A culture B commerce C concern

5. Use the following words to write a short article about the events atcompany: *industrial, sacked, allegations, financial, irregularities, share price.*

Industrial unrest and shareholder anger:
...company is in trouble!

.....
.....
.....

6. You are asked to investigate ways of motivating staff in order to produce a happier, more effective and more productive workforce. Study these ways managers can motivate staff: *performance pay and bonuses, annual performance reviews/appraisal, competitions for new ideas, empowerment, working in teams, regular training.*

What are the advantages and disadvantages of each? Add two-three more to the list. Which would you recommend to adopt and which would you ignore?

7. Write a memo to your department:

- Informing them about a change in working procedures which is going to be implemented
- Explaining the reasons for the change
- Inviting suggestion for further changes

8. Write an e-mail to you manager (who is on an extended business trip):

- Informing him/her that you wish to apply for a post in another department of the company
- Explaining the reason(s) why you are applying
- Asking him/her to recommend you for the post

9. Write a notice to all staff:

- Telling them about a big contract the company has landed
- Explaining why it's so important
- Thanking them for the part they played
- Informing them that there will be a celebration in the office

10. Describe an "active listener" in your own words.

"An active listener ..."

1. In a letter you have written to a company, you tell them that you expect them to reply. What do you say?

- A. Write back to me soon, please.
- B. Please drop me a line soon.
- C. I look forward to hearing from you soon.

2. In a letter you have written, you want the recipient to do something and are thanking them in advance of their action. What do you say?

- A. Thank you for your attention in this matter.
- B. Thanks for doing something about it.
- C. I am gratified that you will take appropriate action.

3. The company you work for has received an order from another company and you are writing to them to acknowledge the order and let them know when you can deliver. What do you say?

- A. About the order you sent on 12 January for...
- B. I would like to remind you of the order you sent on 12 January for...
- C. I refer to your order of 12 January.

4. In a letter, you explain that the recipient can contact you if they want more information. What do you say?

- A. Give me a call if you want some more information.
- B. If you would like any more information, please do not hesitate to contact me.
- C. If you would like any more information, why not get in touch?

5. You began a letter with the recipient's name (e.g., Dear Mr. Perrin). How do you end the letter?

- A. Yours faithfully.
- B. Yours sincerely.
- C. Best wishes.

6. You did not begin the letter with the recipient's name (see number 1 above). How do you end the letter?

- A. Yours faithfully.
- B. Yours sincerely.
- C. Best wishes.

7. Look at these sentences and decide if they are true or false.

- 1. Formal letters are always longer than informal letters.
- 2. In a formal letter it is acceptable to use colloquial English, slang and idioms.
- 3. In a formal letter it is acceptable to use contractions (e.g., I've instead of I have).
- 4. In a formal letter you should include your name and address at the top of the page.
- 5. In a formal letter, you should always write the date in full (e.g., 1 April 2000 and not 1/4/00).
- 6. In a formal letter, you should always put your full name (e.g., James Harcourt and not J. Harcourt) after your signature at the bottom of the letter.
- 7. Formal letters do not need to be broken into paragraphs. It is acceptable to write them as one continuous paragraph.

8. Match each statement with a word or phrase from the list below. Write the letter of your chosen answer next to the statement. (There is one extra word/phrase that you don't have to use)

0 American term for all the benefits that an employee receives	<i>c</i>
1 Payment for those who have stopped working - especially due to age.	
2 Benefit that lets employees buy company shares at a low price	
3 This describes bonuses given for reaching objectives set by the company.	

4 Money paid to an employee who is asked to leave an organization.	
5 Formal word for all the pay that an employee receives	
6 Director of a company who is paid a huge salary ... but doesn't deserve it.	

A severance payment B stock options C compensation package D remuneration
E performance-related F fat cat G boardroom row H pension

9. Every organization has a culture which manifests itself in everything from entrepreneurship to risk-taking all the way down to the dress code. Give your opinion.

10. Think of a funny story or joke which you could use to “break the ice” (make them feel less shy or nervous). Remember to stay away from taboo areas (sex, religion, politics, salaries).

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

А.В. Пушкина

Заведующая кафедрой

иностраннх языков

Название кафедры



Ю.Н. Эбзеева

инициалы, фамилия

Кафедра иностранных языков филологического факультета

Комплект тестовых заданий (промежуточная аттестация)

по дисциплине «Иностранный язык (делового общения)»

Промежуточный тест по дисциплине:

Критерии оценки:

Верные ответы оцениваются в 0,4 балла (1 упр.).
Верные ответы оцениваются в 0,2 балла (2 упр.).
Неверные ответы оцениваются в 0 баллов.
Максимальная оценка за тест — 6 баллов.

Компетенции: ОК 5, 10, 11, 12,13,14

1. Make up:

- a conference programme,
- sessions at the conference,
- events at the conference,
- the main presentations and lectures
- auditoriums.

2. Choose the best word from the brackets () to fill the gap. The first one is an example.

0 We need to.....*recruit*.....four new people for our office in Manchester, (join/recruit)

1 We are using a recruitment.....to find them for us. (agency/headhunter)

2 They advertised the.....in the local newspaper last week, (positions/applicants)

3 So far, over 60 people have applied for the..... (works/posts)

4 We are going to look at all the letters of.....over the weekend.(application/situation)

5 On Monday, we will draw up a.....of 10 or 11 people, (reference/shortlist)

6 Then we'll invite them all to come for an..... (interview/appointment)

7 We hope to.....the successful applicants by the end of the month, (apply/appoint)

3. You have sent a letter of application to a college, together with your curriculum vitae which the college requested. What do you say in the letter to explain that your curriculum vitae is attached?

A. You asked for my curriculum vitae, so here it is.

B. As you can see, I've enclosed my curriculum vitae.

C. As you requested, I enclose my curriculum vitae.

4. You have applied for a job, but you would like the company to send you more information. What do you say?

A. I would be grateful if you would send me more information.

B. I want you to send me more information.

C. Send me some more information, if you don't mind.

5. Cross out the mistake in each sentence and write the correction:

1. A new industrial site is be developed outside the town. ____

2. The presentation is giving at the Hotel Tavistok. _____

3. The introduction to the report was writing by the CEO. ____

4. Many customers are losing through poor after – sales service. _____

5. All the food at the reception was ate. _____

6. Complete the sentences by changing the word in brackets into the correct form.

1. It's a worldwide _____ with factories and branches in fifty countries. (organize)

2. Good _____ listen carefully to what their staff have to say. (manage)

3. We are having problems with _____; we are still waiting for the components to arrive. (produce)
4. He became the _____ director of a large company at the age of twenty-nine. (manage)
5. We recruit new _____ straight from university. (employ)

7. Choose the best alternative to complete each sentence.

1. The personnel department.....a job analysis, which is a detailed study of the elements and characteristics of each job.
a. carries on b. carries out c. goes on d. goes through
2. They write a job description specifying the.....of the job.
a. objects b. objectives c. results d. characters
3. You should encourage employees.....openly about any problems.
a. for speaking b. to tell c. to say d. to speak.
4. The first step in the disciplinary procedure is an.....reprimand.
a. aural b. oral c. open d. overt
5. He doesn't seem to.....very well with the other secretaries.
a. come on b. get along c. get by d. get through

8. Match these idioms with their definitions.

1. air your views
2. be at a loss for words
3. drop a hint
4. give somebody the low-down
5. keep somebody up to date
- a) tell somebody all the information they want or need to know.
- b) unable to say anything because something surprising or totally unexpected has happened.
- c) express your opinions about something in public.
- d) give somebody regular information about things.
- e) make a suggestion in an indirect way.

9. Choose the best word from the brackets () to fill the gap. The first one is an example.

- 0 I had a 9-to-5.....*job*.....when I left school but I hated it. (job/work)
- 1 We have a.....system, but everyone must be here between 10 and 2 (repetitive/flexitime)
- 2 I work from.....and simply send my work over the Internet, (house/home)
- 3 I just sit in front of a computer all day, but this work is mentally.....(tiring/routine)
- 4 This is the most.....job I've ever had. There is never a boring minute.(stimulating/repetitive)
- 5 We all look forward to 5.30 because then we can.....off for the day. (shift/clock)
- 6 The 7.30 train to London is always full of..... (commuters/telecommuters)

10. Choose those words which, to your mind, are characteristic of you and which can be mentioned in the covering letter. Explain your choice: *active, attentive, constructive, cooperative, creative, diplomatic, disciplined, energetic, extroverted, independent, methodical, realistic, sincere, systematic, tactful.*

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

А.В. Пушкина

**Заведующая кафедрой
иностранных языков**
Название кафедры



Ю.Н. Эбзеева
инициалы, фамилия

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет
АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование дисциплины	Иностранный язык (продвинутый уровень)
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел 1. Topic	Тема 1 The Bermuda triangle Тема 2 The City Тема 3 Tourism Тема 4 English Food Тема 5 Your actions speak louder Тема 6 Culture shock and the problem of adjustment
Раздел 2. Newspaper, Political Topics	Тема 1 Hostilities Тема 2 The peace process
Р а з	Тема 1 International Organizations Тема 2 International Cooperation

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Е.В. Захарова

Заведующая кафедрой

иностраннх языков

Ю.Н. Эбзеева

название кафедры

инициалы, фамилия

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	История русского искусства
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Важные этапы истории русского и зарубежного искусства	<p>Основная цель курса «История русского искусства» – дать студентам базовые знания в области отечественной изобразительной культуры, подготовить их к изучению последующих дисциплин: «Музейный пиар и основы арт менеджмента» и «Арт критика», производственной практике.</p> <p>Журналисты и специалисты связей с общественностью должны понимать общие закономерности и тенденции развития отечественного изобразительного искусства и владеть базовыми знаниями в этой области, поэтому данная образовательная дисциплина необходима в процессе профессиональной подготовки.</p> <p>Данная дисциплина носит обзорный характер, не ставит своей целью подготовить искусствоведов, и специально адаптирована для студентов отделения «Журналистика» и специальности «Связи с общественностью». Поэтому, для увеличения практической значимости, а также наглядности, курс включает лекции по истории русского искусства (ряд занятий проводится в залах Государственной Третьяковской галереи), обобщающие лекции, а также посещение художественных галерей, вернисажей крупных выставочных проектов и студий известных современных мастеров живописи (станковой и монументальной), графики (уникальной, печатной, книжной иллюстрации), скульптуры, декоративно-прикладного искусства (стекло, керамика, ювелирные изделия, батик, пр.), художников театрально-декорационного и киноискусства, плаката, фотографии.</p>

Разработчик:

д.филол. н, профессор

Г.Н. Трофимова

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций
д.ф.н., профессор



В.В. Барабаш

*Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования « Российский университет дружбы
народов»*

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	История России
Объём дисциплины	3 ЗЕ, (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
I. ТЕОРИЯ и МЕТОДОЛОГИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ НАУКИ	История как наука
II. РУСЬ В ПЕРИОД СРЕДНЕВЕКОВЬЯ	Древнерусское государство в IX – начале XII в. Русские земли и княжества в начале XII –XIII в. Политическая раздробленность. Борьба русских земель и княжеств с иноземными захватчиками в XIII в. Русь и Орда: проблемы взаимовлияния. Объединительные процессы в русских землях (XIV – середина XV в.). Возвышение Москвы
III. РОССИЯ НА ПОРОГЕ НОВОГО ВРЕМЕНИ И В НОВОЕ ВРЕМЯ	Образование единого Российского государства. Иван III (вторая половина XV – начало XVI в.). Московское государство в XVI веке. Иван IV. Россия в конце XVI – начале XVII в. Смутное время. Политическое развитие страны при первых Романовых. Социально-экономическое и духовное развитие России в XVII веке. Петр I и начало модернизации страны. Эпоха дворцовых переворотов. Россия во второй половине XVIII в. Екатерина II. Россия в первой четверти XIX в. Александр I. Россия во второй четверти XIX в. Николай I. Россия в 1856–1881 гг. Александр II. Россия в 1881–1894 гг. Александр III. Россия на рубеже XIX–XX вв. Николай II. Первая российская революция (1905–1907 гг.)
IV. РОССИЯ и СССР В НОВЕЙШЕЕ ВРЕМЯ	.Россия в условиях Первой мировой войны и общенационального кризиса. Революция 1917 г. в России. Становление советской государственности. Первые мероприятия советской власти. Гражданская война и иностранная интервенция (1918–1920 гг.). Внутренняя политика СССР в 1920–1930-е гг. Социально-экономические преобразования. Советская внешняя политика в 1920–1930-е гг. СССР в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.). Внутренняя и внешняя политика СССР в 1945–1953 гг. Внутренняя политика СССР в 1953–1964 гг. Внутренняя политика

	СССР в 1964–1985 гг. Внешняя политика СССР в 1953–1985 гг. РУДН в истории СССР и России. СССР в 1985–1991 гг. Перестройка. Распад СССР. Внутренняя и внешняя политика современной России.
--	---

Разработчиком является

доктор исторических наук кафедры Истории России  — Е. А. Котеленец

Заведующий кафедрой

социальной и дифференциальной психологии  В.М. Козьменко

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ПРАКТИКА ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Образовательная программа

Направление подготовки: 42.03.01

Реклама и связи с общественностью (бакалавры)

Наименование дисциплины	История рекламы и связей с общественностью
Объем дисциплины	4 ЗЕ, (144 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел 1. Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций: основанная терминология: подходы и техники	<p>Тема 1. Определение понятия «маркетинг» (marketing); история возникновения и развития в США и РФ; виды маркетинга; подходы к маркетингу; соотношение маркетинга и деятельности в области PR (Public Relations) и рекламы; место маркетинга и PR в интегрированных маркетинговых коммуникациях</p> <p>Тема 2. Теория маркетинга и возможности их использования в интегрированных маркетинговых коммуникациях: теория позиционирования (positioning); теория уникального торгового предложения/УТП (USP: Unique Selling Point/Proposal) и др.</p> <p>Тема 3. Общее и различительное в разных видах маркетинга: коммерческом, социальном, политическом и др. в рамках интегрированных маркетинговых коммуникаций.</p>
Раздел 2. Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций в связи с PR-деятельностью	<p>Тема 4. Понятие «имидж» (image); «корпоративная идентичность» (corporate identity) и другие базисные составляющие формирования доверия и репутации PR-заказчика.</p> <p>Тема 5. Элементы «корпоративной идентичности» (corporate identity) и техники их создания: особенности нейминга (naming); PR-слоган (PR-slogan); PR-послание (PR-message); единый фирменный стиль и пр.</p> <p>Тема 6. Понятия «паблисити» (publicity), «паблисити-трюк» (publicity stunt), репутация (reputation) и доверие, а также технологии их формирования. Анализ случаев из практики (case studies).</p>

	<p>Тема 7. Необходимость формирования общественного мнения (public opinion); подходы и технологии.</p> <p>Тема 8. Социальная ответственность (social responsibility) в практике интегрированных маркетинговых коммуникаций. Анализ случаев из практики; создание собственных проектов</p>
<p>Раздел 3. Творческие и стереотипные технологии в практике интегрированных маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Тема 9. Изучение творческих подходов и техник, которые можно использовать в практике интегрированных маркетинговых коммуникаций: «мозговой штурм» (brainstorming); метафоричность мышления (например, «правило шести шляп» Six Thinking Hats); ассоциативность мышления и др.</p> <p>Тема 10. Стереотипы, стереотипизация и использование стереотипных технологий в практике интегрированных маркетинговых коммуникаций: создание шаблонов; применение технологии адаптации; «перенос» моделей из др. сферы и т.п.</p>

Разработчик:

доцент кафедры массовых коммуникаций
кандидат философских наук

Е.А. Иванова

Заведующий кафедрой:

массовых коммуникаций,
доктор филологических наук,
профессор



В.В. Барабан

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

Коммуникации и конфликтология в межнациональных коллективах

Наименование дисциплины	Коммуникации и конфликтология в межнациональных коллективах
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 часов)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Модуль 1. Учимся восприятию и пониманию другого человека.	Лекционный блок: Знакомство с базовыми понятиями психологии общения и этнопсихологии. Особенности социального восприятия человеком социальных объектов. Механизмы, обеспечивающие взаимопонимание людей: социальная рефлексия, идентификация, эмпатия, аттракция, стереотипизация, коммуникативная рефлексия, каузальная атрибуция. Факторы, влияющие на восприятие другого человека: эффекты межличностного восприятия, фундаментальные ошибки каузальной атрибуции, предварительная информация, социальная категоризация, характеристики субъекта восприятия и объекта восприятия, первое впечатление, процесс взаимодействия, вербальное и невербальное поведение. Семинарский блок: Отработка навыков восприятия социальных объектов. Отработка методов самопознания, формирования имиджа и самопрезентации. Упражнения на диагностику и развитие эмоционального, социального и культурного интеллекта.
Модуль 2. Учимся коммуникации в	Лекционный блок: знакомство с базовыми понятиями социальной психологии, межкультурной коммуникации,

<p>межнациональных коллективах.</p>	<p>межличностного и делового общения. Строение коммуникативного акта. Коммуникативные барьеры, способы предотвращения их возникновения и методы их преодоления. Особенности коммуникации представителей разных типов культур: классификация культур Г.Хофстеде, классификация деловых культур Р.Льюиса, классификация деловых культур по Ф.Тромпенаарс и Ч.Хэмпден-Тернеру. Роль общечеловеческих ценностей в построении эффективного поликультурного коллектива. Семинарский блок: Отработка навыков эффективной вербальной коммуникации. Отработка навыков диагностики разных типов коммуникативных барьеров и ошибок в структуре коммуникативного акта. Отработка навыков определения типа культуры и выработки наиболее успешного способа коммуникации. Отработка норм международного делового этикета.</p>
<p>Модуль 3. Учимся взаимодействию в межнациональных коллективах.</p>	<p>Лекционный блок: знакомство с базовыми понятиями психологии коллектива, конфликтологии и межкультурного взаимодействия. Классификация типов взаимодействия людей. Психология малых и больших групп с точки зрения построения коллектива. Процесс переговоров: стили ведения переговоров, этапы проведения переговоров, противостояние манипуляции в процессе переговоров. Конфликт: стили поведения в конфликте, виды конфликта, этапы развития конфликта, работа с конфликтной ситуацией. Семинарский блок: Отработка навыков анализа процессов в социальных группах и способов их управления. Отработка навыков ведения переговоров и способов противостояния манипуляции. Отработка навыков понимания конфликтной ситуации.</p>

Разработчики:

**Кандидат
психологических наук,
доцент**



Т.В. Чхиквадзе

**Зав. кафедрой
психологии и
педагогике,
доктор
психологических наук,
профессор**



Н.Б. Карабущенко

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Копирайтинг в рекламе и PR

Образовательная программа - академический бакалавриат
Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование дисциплины	<i>Копирайтинг в рекламе и PR</i>
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины
Сущность, специфика копирайтинга как профессиональной деятельности.	Экскурс в историю и специфику современной профессиональной деятельности. Маркетинговое мировоззрение — основа копирайтинга. Копирайтинг и журналистика, копирайтинг и реклама, копирайтинг и PR: общее и особенное.
Копирайтер - субъект копирайтинга, основные навыки и компетенции.	Типы копирайтеров по функциям, занятости, содержанию текстов и пр.). Профессиональные рейтинги копирайтеров. SEO-копирайтер и манимейкер как высшая степень подготовленности к WEB-райтингу как коммерческой деятельности.
Варианты профессионального пространства, конкурентные преимущества	Место копирайтера в структуре креативного отдела рекламного агентства. Анализ требований рекламодателей к штатному копирайтеру (на основе реальных вакансий). Работа фриланс с использованием сетевых бирж.
Продвижение и непродвижение тексты, редактирование и адаптация текстов, творческая работа по креатив-брифу.	Моделирование продающего контента для различных рекламных носителей. Практические приемы интенсификации творческого состояния. Опыт копирайтеров, писателей, художников, композиторов. Приемы редактирования и адаптации текстов под конкретные креатив-брифы (творческие задания заказчиков).

Разработчик:

И.И. Волкова

Заведующий кафедрой



Н.В. Барабан

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Институт гравитации и космологии

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Наименование дисциплины	Концепции современного естествознания
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Система глобальных естественнонаучных представлений о мире	<ol style="list-style-type: none">1. Естественнонаучная картина мира.2. Глобальные идеи в современном естествознании. Идея модельности описания природы. Идея корреляции. Идея целостности объекта и целостность описания природы. Идея дополнительности. Идея единства пространственно-временных отношений. Современные представления о пространстве и времени. Идея экспериментальной достоверности. Взаимосвязь теории и эксперимента. Идея глобального эволюционизма. Идея единства объекта и его окружения. Фейнманов подход к изучению природы. Классическая и неклассическая стратегии изучения природы.
Классические концепции естествознания	<ol style="list-style-type: none">1. Классическая стратегия естественнонаучного мышления. Фейнманов подход в классической версии картины мира.2. Концепция моделирования объектов. Фундаментальные модели объектов физики, химии, биологии.3. Концепция контролируемого характера внешних воздействий. Количественные характеристики контролируемых воздействий. Фундаментальные взаимодействия.4. Концепция мира событий. Относительность пространства и

	<p>времени. Связь свойств пространства и времени с гравитацией.</p> <p>Классическая концепция точного измерения. Источники погрешности реального эксперимента.</p>
Неклассические концепции естествознания	<ol style="list-style-type: none"> 1. Неклассическая стратегия естественнонаучного мышления. Фейнманов подход в неклассической версии картины мира. 2. Концепция стохастического воздействия окружения. Случайность как первичное свойство природы. Флуктуации случайных характеристик объектов природы 3. Концепция моделирования состояний. Состояние как модель системы «объект+окружение». Фундаментальные состояния (тепловое и квантовое). 4. Концепция корреляции в неклассике. Корреляция состояний и корреляция флуктуаций характеристик состояния. <p>Неклассическая концепция измерения. Неопределенность физических величин</p>
Эволюционные концепции естествознания	<p>Концепция самоорганизации. Самоорганизация как один из механизмов эволюции. Условия самоорганизации в природных системах.</p> <p>Концепция эволюции. Механизмы эволюции в живой и неживой природе.</p>

Разработчиком является
доцент института гравитации и космологии УНИГК

Директор института
гравитации и космологии УНИГК



Е.Е. Одинцова

А.П. Ефремов

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический_ факультет/институт

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ¹

Образовательная программа

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	Корпоративная социальная ответственность в массовых коммуникациях
Объём дисциплины	4 ЗЕ (144 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО). Предпосылки возникновения и развития системы КСО.	Что такое КСО. Варианты трактовки понятия. Динамика развития системы КСО. Широта охвата и степень влияния КСО в системе массовых коммуникаций. Исторические предпосылки формирования системы КСО. Социальные инвестиции.
Место и значение КСО в массовых коммуникациях.	Развитие системы КСО в рамках западной корпоративной культуры. Специфика развития КСО в России. Роль и место КСО в PR. Коммуникативные технологии КСО. Возможности нового PR инструментария. Условия формирования нового сознания в информационном обществе.
Устойчивое корпоративное развитие в информационном обществе.	Понятие устойчивого развития. Менеджмент ответственности. Конкурентные нематериальные активы. Производство добавленной социальной стоимости. КСО как часть конкурентных нематериальных активов.
Возможности КСО для решения PR задач.	Преимущества КСО. Возможные риски формирования системы КСО компании. КСО как инструмент формирования репутации и наращивания конкурентных нематериальных активов.
Выбор стратегии КСО.	Факторы влияния на выбор стратегии. Системный подход. Формы и направления работы. Роль PR-специалиста.
КСО как инструмент работы PR-специалиста. Каналы успешной коммуникации.	Комплексный подход. Социальное и корпоративное партнерство. Приемы эффективной коммуникации. КСО как форма работы с местным сообществом. Проектная деятельность. Лучшие практики российских и зарубежных компаний.
КСО как инструмент репутационного менеджмента	Понятие репутационного менеджмента. Методы оценки репутационного менеджмента. Возможности КСО в формировании положительного имиджа компании.

<p>Корпоративная благотворительность.</p>	<p>Основные КСО-приемы управления репутацией. Примеры нейтрализации негатива в социальной среде компании. Ошибки в управлении репутацией в рамках КСО. Критика КСО. Примеры успеха. Типичные ошибки.</p> <p>Понятие. Содержание. Формы. Технологии. Корпоративные и частные благотворительные фонды. Плюсы и минусы корпоративной благотворительности как формы КСО.</p>
<p>Волонтерское движение как форма КСО.</p>	<p>Понятие, формы и цели создания корпоративного волонтерского движения. Расширение медиаполя и стейкхолдеров корпоративной информации.</p>
<p>КСО во внутренних коммуникациях.</p>	<p>Задачи и цели внутренних коммуникаций. Задачи PR во внутренних коммуникациях. Внутренняя социальная политика. Методы изучения и оценки эффективности внутренних коммуникаций. КСО - инструменты для внутренних коммуникаций. Лучшие практики использования инструментов КСО во внутрикорпоративных коммуникациях.</p>
<p>КСО как инструмент формирования бренда работодателя компании.</p>	<p>Понятие бренда работодателя. Факторы, влияющие на формирование бренда работодателя. Аудитории бренда. Методы формирования бренда работодателя. Возможности КСО для формирования бренда работодателя.</p>
<p>КСО-сообщество.</p>	<p>Инициативы РСПП в области КСО. Рейтинги и премии в области КСО. Социальные отчеты и социальный аудит. День КСО. Организация работы подразделений КСО в крупных компаниях. Подготовка кадров для КСО. Вопросы оценки эффективности персонала. Специализированные агентства и их услуги. Международные и отечественные хартии КСО.</p>
<p>Устойчивые тренды развития КСО в России и мире.</p>	<p>Создание интегрированных структур управления рисками и возможностями. Мульти стейкхолдерский подход. «Заточенность» на решение актуальных бизнес задач. Вовлеченность всех подразделений. Руководство на уровне СД и СЕО</p>

Разработчики:

Ассистент кафедры массовых коммуникаций

Громова А.В.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРАВА.
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ: История PR и рекламы: основы PR и рекламной деятельности	Целью курса " Лингвистические аспекты информационного права " является сформировать у студентов комплексное понимание принципов и норм правового регулирования СМИ в контексте российской и зарубежной правовой системы. Задачи курса: <ul style="list-style-type: none">- формирование представления о нормативно-правовых аспектах деятельности журналиста; - формирование навыков грамотного применения законов и правовых актов в области СМИ; - повышение правовой грамотности будущих журналистов.

Разработчик:

д.филол.н., профессор

Г.Н. Трофимова

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций,
д.ф.н., профессор



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Наименование дисциплины	Математика и статистика
Объем дисциплины	3 ЗЕ(108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины
1. Становление современной математики.	Математика как часть культуры. Основные этапы становления современной математики. Значение "Начал" Евклида. Аксиоматический подход. Неевклидовы геометрии Лобачевского и Римана
2. Основные математические понятия	Понятие линейного пространства. Геометрические свойства метрических пространств. Основные идеи анализа. Основные понятия дискретной математики. Элементы теории графов и комбинаторики.
3. Математические методы.	Элементы теории вероятностей. Основные понятия математической статистики. Математика как один из инструментов описания окружающего мира. Сравнение языка математики с языком литературы, искусства, естественных наук. Принципы построения математических моделей. Линейные модели математического моделирования.

Разработчики

Профессор кафедры
гравитации и космологии

С.В. Сидоров

Заведующий кафедрой
гравитации и космологии



А.П. Ефремов

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

филологический факультет
АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1 Введение.	Становление маркетинговых исследований. 3 этапа в истории развития маркетинговых исследований. Питер Друкер о целях МИ. Стратегический анализ потребителей. Классификация потребителей по Эверетту Роджерсу.
2 Предмет и тематика маркетинговых исследований.	Цена - исследование цены и ценообразования, ценовой чувствительности продукта; Продукт – качество продукта, удовлетворенность продуктом, конкурентность продукта; Услуга; Бренд и Покупатель как предмет МИ
3 Виды маркетинговых исследований	проблемные и плановые исследования; постоянные и разовые; качественные и количественные исследования; поисковые, описательные и причинные исследования; панельные исследования; омнибусные исследования; кабинетные и полевые исследования.
4 Маркетинговый план	Бернет и Мориарти о маркетинговом плане. Компоненты МП. Семь этапов маркетингового планирования
5 Разработка проекта исследования. Инструменты исследования.	Проект (дизайн) исследования: первичные объекты анализа; вопросы исследования; гипотезы, требующие проверки. Формула 5W Г. Д. Лассуэлла. Формирование выборки. Генеральная совокупность. Репрезентативная выборка.

<p>6. Методы сбора количественной и качественной информации в маркетинге.</p> <p>7 Виды опросов, порядок составления и проведения.</p> <p>8 Способы измерения переменных.</p> <p>9 Основы ситуационного анализа.</p>	<p>Фокус-группа. Глубинное интервью. Наблюдение (открытое, закрытое); контент-анализ; анализ следов; • тайный покупатель; ритейл-аудит. Эксперимент. Методы экспертных оценок</p> <p>Порядок составления анкет и гайдов. Структура опросника. Виды вопросов в анкетировании. Практикум. Сравнительные шкалы. Шкалы ранжирования. Непрерывная рейтинговая шкала. Шкала упорядоченных рангов. Оценочные (монадические) шкалы: шкала Лайкерта, Шкала Осгуда (семантический дифференциал)</p> <p>SWOT-анализ. Матрица SWOT. Матрица возможностей. Матрица угроз. Профиль среды. Разработка сценариев возможного развития ситуации практикум.</p>
--	--

Разработчики:

преподаватель кафедры массовых коммуникаций

Камоза Т.М.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

	Media Relations
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Теоретические и практические технологии по взаимодействию со СМИ	Работа с российскими федеральными и региональными СМИ, особенности. Планирование и проведение информационных кампаний в СМИ. Организация пресс-мероприятий: пресс-конференций, брифингов, пресс-туров. Работа с медийными площадками: пресса, Интернет, ТВ, радио. Инициирование выхода публикаций, эксклюзивных интервью, авторских статей. Работа в режиме пресс-службы компании, создание внешнего пресс-офиса. Ведение спецпроектов со СМИ: конференций, семинаров, выпусков тематических приложений.

Разработчики:

Старший преподаватель

Апасова Е.М.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ¹

Образовательная программа

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	New and social media
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Понятие New Media (NM) в массовых коммуникациях.	Трактовки нового понятия. Динамика развития New Media. Широта охвата и степень влияния New Media. Специфика развития New Media в России.
Предпосылки возникновения и развития Public Relations (PR) в NM. Место и значение NM в массовых коммуникациях.	Развитие сети Интернет. Технические предпосылки «цифровой революции». Появление Web 2.0. Социальный аспект информационного общества. Понятие виртуальности. Место New Media в массовых коммуникациях. Поиск нового PR инструментария. Влияние кризисных явлений на развитие PR в NM.
Составляющие информационного поля: типы площадок и каналов 2.0.	Интернет каналы коммуникации по функциям. Аудитория 2.0. Определения и описание площадок. Социальные сети. Блоги. Понятие блогосферы. Наиболее популярные мировые и российские площадки.
Предпосылки успешной коммуникации в NM	Особенности коммуникаций в NM. Языковые отличия коммуникаций в NM. Приемы эффективной коммуникации.
Использование инновационных инструментов PR в NM.	Социальные сети для корпоративных целей. Мониторинг NM пространства. «Вбросы» информации. Воспитание агентов влияния и «защитников бренда». Прикладные и маркетинговые исследования. Плюсы и минусы официального представительства компании в NM. Открытие «горячей линии». Работа с лидерами мнений.
Роль New media в информационном поле коммерческой компании: основные стратегии работы	Эволюция коммуникаций бизнес-структур. Стратегия информирования. Стратегия обороны. Стратегия активного продвижения в NM. Примеры реализации стратегий российскими и зарубежными компаниями.
New media для органов государственной власти. New Media как инструмент репутационного менеджмента	Возможности NM для госорганов. Примеры успеха. Типичные ошибки поведения чиновников в NM. Понятие репутационного менеджмента. Методы оценки репутационного менеджмента. Основные приемы управления репутацией в NM. Примеры нейтрализации

<p>Методики и подходы к оценке эффективности коммуникационных мероприятий в NM</p>	<p>негатива в NM. Ошибки в управлении репутацией в NM.</p> <p>Проблемы оценки эффективности PR. Методы оценки проводимых кампаний в NM и отдельных составляющих NM поля. Количественные показатели оценки эффективности. Измерение качественного присутствия в блогосфере. Вопросы цитируемости NM ресурсов внесетевыми СМИ. Подходы к изменению лояльности общественности. Расширение медиаполя и стейкхолдеров корпоративной информации.</p>
<p>New Media как инструмент внутрикорпоративных коммуникаций</p>	<p>Задачи и цели внутренних коммуникаций. Задачи PR во внутренних коммуникациях. Методы изучения и оценки эффективности внутренних коммуникаций. NM инструменты для внутренних коммуникаций. Язык внутрикорпоративного общения. Лучшие практики использования NM.</p>
<p>Использование инновационных рекламных инструментов в рамках реализации стратегии продвижения в NM</p>	<p>PR и реклама в NM. Виды рекламы в сети Интернет. Дополнительные рекламные возможности NM. Условия успеха рекламных коммуникаций в NM. Сегментация рекламных форматов: баннерная реклама, rich media, pop up/pop under, видео-реклама. Перспективы развития рекламных коммуникаций в сети. Этика.</p>
<p>Off-line коммуникации для субъектов NM</p>	<p>Возможные виды off-line коммуникаций для субъектов NM. Формирование пула блогеров. Особенности подготовки и проведения мероприятий для субъектов NM. Реализация проекта бета-тестеров.</p>
<p>NM департаменты – новые структурные подразделения PR</p>	<p>Принципы формирования NM департамента как структурного подразделения Дирекции по PR. Особенности работы NM департаментов. Вопросы оценки эффективности персонала.</p>
<p>Особенности работы и взаимодействия специализированных PR-агентств в области NM</p>	<p>Мировой и российский рынок специализированных PR агентств. Основные направления. Построение взаимоотношений со специализированными агентствами. Мониторинг и аналитика.</p>
<p>Перспективы развития NM в массовых коммуникациях.</p>	<p>Web 3.0. Тенденции Интернет медиасферы. Специализация и дальнейшая сегментация NM. Монетизация NM в России. Трансформация сетевых СМИ. Современный ньюсрум. Социомедиарелиз.</p>

Разработчики:

Ассистент кафедры массовых коммуникаций

Громова А.В.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Филологический факультет/институт

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ¹

Образовательная программа
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе
Объём дисциплины	4 ЗЕ (144 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
<p>Объект и предмет интегрированных коммуникаций. Критерии эффективности интегрированных коммуникаций.</p> <p>Специфика медиаканалов и предпочтения аудитории. Объект и предмет ИК «Основы интегрированных коммуникаций в рекламе» как практического инструмента управления бизнес-коммуникациями.</p> <p>Коммуникации дифференцируются на ATL- и BTL рекламу. дисциплины Эволюция маркетинговых подходов и современные особенности. ИК в современном бизнесе</p> <p>Психология маркетинга и ИК. Товар - услуга. Личность в коммуникациях. Коммуникационное обеспечение бизнес процессов средствами ATL- и BTL рекламы: типология современных рекламы: ATL-и BTL-рекламы, SMM.</p> <p>Критерии эффективности рекламы в различных СМИ. ИК и принципы мотивации клиента на массовом и VIP-рынках (пирамида А.Маслоу, матрица Э.Роджерса).</p> <p>Эффективная мотивация в рекламной практике и брендинге. Типы рекламных текстов и режиссура поведения продавца в различных системах коммуникаций и с</p>	<p>Объект и предмет ИК «Основы интегрированных коммуникаций в рекламе» как практического инструмента управления бизнес-коммуникациями.</p> <p>Коммуникации дифференцируются на ATL- и BTL рекламу. Эволюция маркетинговых подходов и современные особенности. ИК в современном бизнесе Психология маркетинга и ИК. Товар - услуга. Личность - бренд.</p> <p>Коммуникационное обеспечение бизнес процессов средствами ATL- и BTL рекламы в генезисе современной коммуникации и медипланирование. Типология современных рекламоносителей: ATL-и BTL-рекламы.</p> <p>ИК как средство создание нематериальных активов собственного имиджа.</p> <p>Коммуникативные потребности адресата и построение эффективных коммуникации через моноаски и «Я-роли». SWOT-анализ поведения интровертов и экстравертов (тест Г.Айзенка и тест Э.Берна).</p> <p>УТП - (уникальное торговое предложение), имиджирование, позиционирование, конкурентные преимущества в сбалансированном бизнес-портфеле (применение матрицы BCG/GE).</p> <p>Критерии эффективности рекламы в различных СМИ. ИК и принципы мотивации клиента на массовом и VIP-рынках (пирамида А.Маслоу, матрица Э.Роджерса).</p>

<p>различными типами клиентов. Типология современных рекламоносителей: признаки ATL-и VTL-рекламы. Прямая реклама и PR-публикации наиболее эффективны по своим затратам на ранних стадиях принятия покупателем решения о покупке, а личная продажа и стимулирование сбыта - на более поздних.</p> <p>Особенности построения коммуникации в газетно-журнальной рекламе.</p> <p>Российский медиарынок как коммерческо-корпоративистская модель.</p> <p>Типология изданий как рекламоносителей: по аудитории, по тематике, по периодичности выхода, по географии распространения, по способу распространения, по тиражу.</p> <p>Основы формирования единого стратегического дизайна (ЕСД) средствами ИК. Функции товарного знака. Классификация товарных знаков: по степени динамичности, по степени правовой независимости, по степени известности, по сложности комбинации, по толщине линий и т.д. Особенности создания, сохранения и защиты торгового дрессинга.</p> <p>Основы медиапланирования - выбор оптимальных каналов и особенности продвижения брендов в массовом, дифференцированном и концентрированном маркетинге.</p> <p>Связь организационной культуры и управленческих форм при выработке стратегии развития бизнеса.</p>	<p>Эффективная мотивация в рекламной практике и брэндинге. Типы рекламных текстов и режиссура поведения продавца в различных системах коммуникаций и с различными типами клиентов. Типология современных рекламоносителей: признаки ATL-и VTL-рекламы.</p> <p>Газетно-журнальная реклама: практика частных многопрофильных медиахолдингов, Развлекательные СМИ.</p> <p>Коммерческо-корпоративистская модель: понятие рекламного голоса - SoV и медиапланирование теле-, радиорекламы, рекламы в печатных СМИ.</p> <p>Дифференцируются формы присутствия рекламы по каналам распространения: на телевидении: прямая реклама - ролики в рекламных: ATL- и VTL-реклама как управляемый фактор маркетинга - 7P's.</p> <p>Основные рекламные подходы как реакция на различные типы рынков.</p> <p>ЕСД и методы определения маркетингового бюджета зрелого продукта (метод Шроера) в ИК. Роль медиапланирования в составлении рекламных и маркетинговых методик управления растущими рынками: УТП и ЕСД на растущем и зрелом рынках и его коммуникационное обеспечение.</p> <p>ИК и эффективные приемы копирайтера (текстовика): композиция печатных текстов в брэндбилдинге, эффект незавершенного действия в ППП (директ мейл) и рекламных публикациях различных жанров.</p> <p>ИК в стратегическом маркетинге (тренды рисков и прогнозирование затрат - матрица И.Ансоффа), конкурентная разведка средствами рекламы (практическая работа).</p> <p>Связь организационной культуры и управленческих форм при выработке стратегии развития бизнеса. Основные аспекты строительства бизнеса как брэнда: организационные кризисы и пути их преодоления при построении компании-брэнда.</p>
---	---

Разработчики:

Профессор кафедры массовых коммуникаций,
доктор социологических наук

Музыкант В.Л.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	Основы интегрированных коммуникаций в PR
Объём дисциплины	5 ЗЕ (180 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Основы PR-деятельности	История становления PR как вида деятельности. PR в системе массовых коммуникаций. Цели и задачи PR. Виды и направления PR деятельности. PR в системе маркетинговых коммуникаций. рынок PR услуг в РФ.
Практические аспекты PR деятельности	Подготовка и проведение PR кампаний. Стратегии и технологии PR. PR-текст как инструмент коммуникации. Внутрикorporативные коммуникации.

Разработчики:

преподаватель кафедры мк

Апасова Е.М.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Получение представления об этапах подготовки и проведении PR- кампании (исследование, планирование, реализация, оценка эффективности). Основные задачи освоения дисциплины - выработка базисных навыков, необходимые для высококвалифицированного специалиста при планировании, организации и проведении различных PR-мероприятий.	PR в системе массовых коммуникаций. Модели коммуникации Аристотеля, Мориса де Флера, Лассуэлла, модель двухступенчатого потока информации. Понятия «целевая аудитория», «общественность», «общественное мнение». Корпоративная культура и корпоративная идентичность. Принципы выбора эффективных каналов коммуникации. Виды PR-мероприятий. PR-акции. Признаки PR-кампании. Причины их проведения. PR-стратегия, её виды и элементы. Этапы PR-кампании. Медиапланирование. Пресс-кит и его составляющие. Методы оценки эффективности PR-деятельности.

Разработчики:
Преподаватель кафедры

Тарасова Е.М.

Заведующий кафедрой

массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ¹

Образовательная программа

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	Основы менеджмента
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Классификация организаций. Этапы эволюции компаний.	Три сектора современного общества и экономики. Принципы классификации организаций. Современное законодательство об НКО. Путь эволюции организации. Значение понимания этапа эволюции компании для ее управления.
Эволюция производства и концепций управления. Уровни управления.	Эволюция принципов управления. Уровни управления современной организации. Вертикальное и горизонтальное управление. Пирамида управления. Основные функции менеджеров различных уровней.
Системный подход к управлению	Определение, суть, принципы системного подхода. Основные теоретики. Место системного подхода в теории управления. Понятие эмерджентности. Свойства системы.
Функции менеджмента. Коммуникация как функция менеджмента.	Функции менеджмента. Различные подходы к классификации управленческой деятельности. Коммуникация в современном обществе. Этапы коммуникации. Роль.
Сравнительный анализ моделей менеджмента.	Типичные черты американской и японской моделей менеджмента. Характеристики. Адекватность применяемых методов управления внешней и внутренней среде организации.
Логистика.	Эволюция понятия «логистика». Классификация. Элементы. Виды. Логистика маркетинга. Современные проблемы логистики.
Цели, целеполагание. Управление по целям.	Целеполагание как первичная фаза управления. УПЦ как метод планирования. Этапы эффективного процесса. Понятие KPI.
Сущность, задачи, принципы и методы планирования.	Планирование как функция менеджмента. Схема планов организации. Типы и уровни планирования. Примеры эффективных планов.
Организационные структуры.	Сущность, достоинства, недостатки, особенности применения каждого типа. Примеры в современной практике управления, место PR в каждом типе оргструктуры.

Контроль как функция менеджмента.	Роль и место контроля в управлении. Виды контроля. Практика внедрения различных форм контроля. Современные формы.
Управление в сфере медиа	Специфика медиабизнеса. Формы организации медиабизнеса. Риски, тенденции.
Основы редакционного менеджмента.	Экономические принципы редакционной деятельности. Специфика редакционного менеджмента. Функции редакционного менеджмента. Организационная структура СМИ, основные службы и принципы их работы.
Конфликты в организациях.	Сущность, природа, влияние на результаты работы. Причины и последствия конфликтов. Способы разрешения конфликтов. Основные типы конфликтов в творческих коллективах.
Мотивация персонала с позиции содержательных и процессуальных теорий.	Мотивация персонала с позиции содержательных теорий (теории Маслоу, Мак-Клелланда, Герцберга). Мотивация персонала с позиции процессуальных теорий (теории ожидания, справедливости, Портера-Лоулера). Возможности применения теорий в современной практике управления медиакомпанией.
Новые формы корпоративных взаимоотношений.	Интернет-индустрия: история развития, особенности управления. Понятие коворкинга и его возможности для бизнеса. Фриланс как новая форма корпоративных взаимоотношений. Тайм и селф-менеджмент.
Лучшие практики менеджмента. Инструменты менеджера.	Рассмотрение историй формирования признанных лидеров в менеджменте в мире и в России. Решение кейсов. Составление бизнес-плана проекта. Практика применения SWOT-анализа

Разработчики:

Ассистент кафедры массовых коммуникаций

Громова А.В.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет/институт

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование дисциплины	Основы маркетинга
Объём дисциплины	4 ЗЕ (144 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
<p>Основными задачами освоения дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none">- сформировать понимание необходимости маркетингового мышления в период рынка;- показать вариативность информационных продуктов на рынке СМИ;- рассмотреть информационный контент как товар и услугу;- сформировать навыки сегментирования рынка СМИ;- научить позиционировать информационные продукты на медиа рынке;- дать студентам навыки эффективной коммуникации с клиентами (в том числе с аудиторией СМИ и рекламодателями);- рассказать о системе маркетинговых исследований и маркетинговой информации;- сравнить понятия маркетинг и PR в контексте медиарынка.	<p>Возникновение и развитие маркетинга, понятия и принципы маркетинговой деятельности, маркетинг как идеология. Исторический, теоретический, практический подходы. Три научные составляющие маркетинга.</p> <p>Маркетинг как философия рыночного общества. Особенности принятия решений о производстве и распределении (традиционное общество, командное, рыночное). Рынок как коммуникативная система, характеристика субъектов рынка. Концепции маркетинга (сбытовая, товарная и др.). Общая характеристика медийного рынка и его участников.</p> <p>Удовлетворенные потребности и решенные проблемы как главные цели продавца (клиента). Маркетинговое мышление - основа успеха в рыночном обществе.</p> <p>Понятие «маркетинговой близорукости»: средства защиты. Каким бывает спрос. Что такое товар. Что покупают потребители, что читают читатели, что смотрят телезрители, что слушает аудитория радио. Полезность товара (медийного продукта). Причины товарных неудач. Этапы разработки нового товара. Новые медиа как продукт маркетинга.</p> <p>Разработка нового информационного продукта. Бизнес-план, сценарная заявка, позиционирование на рынке, сегментирование аудитории. Этап разработки концепции и пилотного выпуска. Подготовительный и съёмочный период. Маркетинговый поиск финансирования. Жизненный цикл медийного проекта. Типы лояльности потребителя. Методы измерения лояльности. Теория ценности клиента (аудитории). Взаимодействие с потребителем, о краудсорсинге на медийном</p>

	рынке. Маркетинг совместных проектов, игровые технологии.
--	---

Разработчики:

доцент кафедры массовых коммуникаций

Волкова И.И.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	Отраслевой PR
Объём дисциплины	5 ЗЕ (180 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Подходы, методологии, стратегии, тактики PR в различных бизнес-отраслях.	Особенности PR-деятельности в банковской сфере. Особенности PR-деятельности в сфере недвижимости и строительстве.
Практические аспекты PR деятельности	Особенности PR-деятельности в сфере телекоммуникационных услуг.
	Особенности PR-деятельности в сфере туристических услуг.
	Особенности PR-деятельности в индустрии красоты.
	Особенности PR-деятельности в ресторанном бизнесе.
	Особенности PR-деятельности в автобизнесе.
	Особенности PR-деятельности в IT-Бизнесе.

Разработчики:

преподаватель кафедры мк

Апасова Е.М.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Экономический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

Организация предпринимательской деятельности

Наименование дисциплины	Организация предпринимательской деятельности
Объем дисциплины	3 ЗЕ (108 часа)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов дисциплины	Краткое содержание тем дисциплины:
Раздел 1. Основы организации предпринимательской деятельности.	Сущность и условия для создания предпринимательской деятельности. Характерные черты предпринимателя и оценка предпринимательских качеств. Деловая и профессиональная этика. Классификация предпринимательской деятельности: производственная, коммерческая, финансовая и консультативная. Современные формы предпринимательской деятельности: Crowdfunding, Block chain.
Раздел 2. Анализ среды для осуществления предпринимательской деятельности	Экономическая среда бизнеса. Инфраструктура бизнеса. Неэкономическая среда бизнеса. Бизнес как саморегулирующаяся система. Основные характеристики внешней среды предприятия. Влияние изменений факторов внешней среды на экономическое поведение предприятия, эффективность ее функционирования. Экономическая устойчивость предприятия и критерии ее оценки. Факторы прямого и косвенного воздействия на деятельность предприятия, как открытой системы.
Раздел 3. Организационно-правовые формы бизнеса и их регистрация.	Организационные основы предпринимательства в России. Частное предпринимательство. Коллективное предпринимательство. Предпринимательство на основе долевой собственности. Предпринимательство на основе акционерной собственности. Государственное предпринимательство. Предпринимательские

	объединения. Создание субъектов предпринимательского бизнеса. Регистрация предпринимательской фирмы. Реорганизация предпринимательской фирмы. Ликвидация предпринимательской фирмы.
Раздел 4. Принятие управленческих решений в малом и среднем бизнесе.	Договорные отношения с контрагентами: арендодателями, поставщиками, клиентами. Деловые отношения на рынке труда. Работа и взаимодействие с персоналом. Понятие и виды аренды и лизинга. Современное состояние и проблемы внедрения франчайзинга и аутсорсинга. Налогообложение предприятия. Разработка экономической стратегии предприятия.
Раздел 5. Финансовые механизмы для осуществления предпринимательской деятельности	Сущность и виды финансирования предпринимательской деятельности. Оценка кредитоспособности субъектов предпринимательской деятельности. Управление капиталом и активами. Формирование, распределение и использование прибыли. Взаимосвязь выручки, расходов и прибыли. Себестоимость и инструменты управления ею. Показатели финансовой устойчивости предприятия.
Раздел 6. Предпринимательские риски.	Понятие и виды рисков. Экспертная оценка рисков: качественная и количественная оценка риска. Идентификация, анализ и оценка предпринимательских рисков. Методы управления риском: страхование, хеджирование, распределение рисков и др.
Раздел 7. Процесс планирования на предприятии. Бизнес-планирование.	Стратегическое, тактическое, оперативное планирование: технология, принципы, особенности. Бизнес-планирование как основа хозяйственной деятельности предприятия. ТЭО инвестиционных проектов. Оценки эффективности инвестиционных решений предприятия.
Раздел 8. Капитализация бизнеса в международном пространстве.	Оценка стоимости фирмы. Управление стоимостью компании. Индустрия 4.0. Технологическое предпринимательство. Инновационное предпринимательство.

Разработчики:

Профессор кафедры национальной экономики, д.э.н.


Старший преподаватель кафедры национальной экономики

Старший преподаватель кафедры национальной экономики

Старший преподаватель кафедры национальной экономики

 Нежникова Е.В.
 Литвинова А.Г.
 Егоручева Е.А.
 Кореневская А.В.

/ Заведующий кафедрой национальной экономики,
д.э.н., проф.

 Мосейкин Ю.Н.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

	Организация и проведение PR-кампаний
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Получение представления об этапах подготовки и проведении PR- кампании (исследование, планирование, реализация, оценка эффективности). Основные задачи освоения дисциплины - выработка базисных навыков, необходимые для высококвалифицированного специалиста при планировании, организации и проведении различных PR-мероприятий.	PR в системе массовых коммуникаций. Модели коммуникации Аристотеля, Мориса де Флера, Лассуэлла, модель двухступенчатого потока информации. Понятия «целевая аудитория», «общественность», «общественное мнение». Корпоративная культура и корпоративная идентичность. Принципы выбора эффективных каналов коммуникации. Виды PR-мероприятий. PR-акции. Признаки PR-кампании. Причины их проведения. PR-стратегия, её виды и элементы. Этапы PR-кампании. Медиапланирование. Пресс-кит и его составляющие. Методы оценки эффективности PR-деятельности.

Разработчики:
Преподаватель кафедры

Тарасова Е.М.

Заведующий кафедрой

массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01
«Реклама и связи с общественностью»

	Организация работы пресс-службы
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Цели и задачи работы пресс-службы, эффективные технологии управления агентством.	Пресс-службы PR-службы. Создание бренда, его раскрутка, укрепление, разрешение кризисных ситуаций (проведение корпоративных мероприятий, (разработка идей по организации информационного сопровождения, создание сайтов, дизайн, создание инфоповодов, инициирование публикаций, медиа-кампании, социальные акции, антикризисный PR, Digital-услуги), внутренние коммуникации (организация информационных потоков внутри компании). Профессиональные ассоциации. Структура агентства. Документооборот. Продвижение компании на рынке.

Разработчики:
Преподаватель кафедры

Т.М. Камоза

Заведующий кафедрой

массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
Направление подготовки: 42.03.01
Реклама и связи с общественностью

Наименование дисциплины	<i>Основы экономики</i>
Объём дисциплины	4 з.е., 144 час.
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Общая теория управления	1. Понятие и предмет науки менеджмента. 2. Важнейшие категории менеджмента. 3. Функции менеджмента.
Среда организации	1. Роль и значение среды. Структура среды 2. Внутренняя среда организации. Переменные внутренней среды и их взаимосвязь 3. Внешняя среда прямого воздействия 4. Внешняя среда косвенного воздействия 5. Основные характеристики
Планирование как функция менеджмента	1. Цели организации, их назначение и классификация 2. Принципы эффективной целепостановки 3. Декомпозиция целей 4. Управление по целям 5. Планирование: понятие и место в управлении Типы планов 6. Стратегии организации: виды, уровни 7. Выбор стратегии 8. Оценка стратегии
Организационные отношения в системе менеджмента	1. Организовывание: понятие и место в управлении Полномочия и их виды 2. Делегирование полномочий: понятие, проблемы и принципы 3. Диапазон управления (нормы управляемости) Проектирование работ 4. Специализация: преимущества и ограничения Централизация и децентрализация: преимущества и недостатки 5. Департаментализация: понятие и основные виды. Виды организаций 6. Жизненный цикл организации
Экономика как система общественного производства	1. Понятийный аппарат экономики: предмет, методы, функции, структура 2. Производство как процесс создания полезного продукта в экономике
Экономические системы и рыночные структуры	1. Виды и характерные особенности экономических систем 2. Собственность как основа экономической системы 3. Конкуренция и модели рынков

Разработчик: профессор кафедры массовых коммуникаций Волкова И.И.

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций



Барабаш В.В.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

	Основы брендинга
Объём дисциплины	3 ЗЕ (180 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Теоретический раздел. Практический раздел.	Брендменеджмент как эффективный инструмент маркетинга; Атрибуты бренда; Философия бренда; Создание имени бренда; Ребрендинг; иерархия брендов; Капитал бренда и его активы; Создание капитала бренда с помощью его индивидуальности; Этапы построения бренда; 4d брендинг; product naming; Способы правовой защиты брендов; Семантическое дифференцирование.

Разработчики:

ассистент кафедры массовых коммуникаций

Алексеева ЮГ.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет/институт

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриата)

(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	Основы дизайна и композиции
Объём дисциплины	7 ЗЕ, (252 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1. Элементы графического дизайна	Графический дизайн (пропедевтика). Композиционные основы организации графической формы. Искусство цвета. Шрифт и каллиграфия.
2. Продукты графического дизайна	Сквозная система идентификации бренда (айдентика). Инфографика. Дизайн презентации.
3. Adobe Photoshop	Размер изображения и его тоновая коррекция. Инструменты создания и доработки выделений. Операции со слоями в палитре Layers. Маски слоя (Layer Mask). Инструменты выборочной коррекции. Инструменты ретуши. Работа с путями (Path). Технология создания коллажей.
4. Adobe Illustrator	Инструменты выделения и трансформации объектов. Инструменты редактирования контуров. Инструменты создания и редактирования текста. Раскрашивание объекта.

Заведующий кафедрой
массовых коммуникаций,
доктор филологических наук,
профессор



В.В. Барабаш

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	<i>Основы риторики и коммуникации</i>
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 часа)
Краткое содержание дисциплины	
<p>Курс «Основы риторики» является многоаспектным и аккумулирует в себе сведения различных отраслей знания по вопросам эффективной речи.</p> <p>В составе классических наук и искусств риторика как учение об убедительной и эффективной речи связало с грамматикой (учение о правильности речи), логикой (учение об истинности суждений и непротиворечивости высказываний); поэтикой (учением о художественной речи и «вымыслах»); стилистикой (учением о средствах речевого воздействия); культурой речи (учением о нормах литературного языка).</p> <p>Риторика сопоставляется с множеством не-речевых наук: философией, этикой, психологией. Публичная речь выходит за исполнение (привнесение), поэтому риторика использует те компоненты сценического мастерства, которые обеспечивают качество подачи публичной речи и её успех у аудитории. Это работа над произношением, голосом, речевым дыханием; управление мимикой, жестами, позой и т. д.</p>	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел 1: Историко-философская часть Тема 1: Софисты и Сократ Тема 2: Риторика Аристотеля Тема 3: Римская риторика. Цицерон	<p>Ораторское искусство по европейскому традиционному представлению. Золотой век греческого красноречия. Ораторское искусство как существенный фактор общественной жизни Афин и орудие политической борьбы. Судопроизводство как мощный фактор развития практики риторики.</p> <p><i>Софисты и Сократ.</i> Отец практического образования (в отличие от научных школ, какими были Академия Платона и Лицей Аристотеля), и греческой интеллигенция. Горячий патриот, противник разнузданной демократии, игнорировавшей древние законы, и заменявшей их постановлениями народного собрания. Конфликт Сократа и софистов – это начавшееся с этого момента и продолжавшееся до сих пор противостоящие философия и риторика.</p> <p><i>Риторика Аристотеля.</i> Аристотель обучал искусству</p>

	<p>правильного рассуждения. Он разрабатывал проблемы логики: <i>аналитику</i> (искусство анализа, учение об умозаключении, доказательстве, определении и делении понятий) и <i>диалектику</i> (искусство вести беседу; у Аристотеля - наука о вероятных мнениях).</p> <p>Римская риторика. Цицерон. Понос красноречие греческого типа в бурный век гражданских войн. Поднимающаяся римская демократия - всадники и плебей - в своей борьбе против сенатской олигархии нуждалась в действенном ораторском искусстве. Трактаты Цицерона «Об ораторстве» и «Брута».</p>
<p>Раздел 2: Основные разделы классической риторики Тема 1: Инвенция, диспозиция, элокуция Тема 2: Метафора и сравнение Тема 3: Топосы, тропы и фигуры речи</p>	<p>Инвенция, диспозиция, элокуция, мемория, акция. Понятия: логос, эпос, пафос, топос. Роды, виды и жанры ораторского искусства. Выбор темы, определение цели речи, подбор материалов.</p> <p>Элокуция классической риторики. Тропы. Метафоры, метафора, аллегория. Понятия тезис и аргумент. Четыре фигуры синлогизмов. Стратегия и тактика выступления.</p> <p>Законы логики. Закон логики, закон соответствия, закон исключения третьего, закон достаточного основания. Логические ошибки. Факшпы и выводы.</p> <p>Культура речи и стилистика. Фигуры мысли. Разговорный, научный, художественный и официально-деловой стиль.</p>
<p>Раздел 3: Практикум Тема 1: Публичное выступление на тему: «Планета Земля. Инструкция пользователя» Тема 2: Публичное выступление на тему: «Планета Земля. Инструкция пользователя. Опровержение»</p>	<p>Студенты готовят и презентуют свое выступление на тему: «Планета Земля. Инструкция пользователя»</p> <p>Студенты готовят и презентуют свое выступление на тему: «Планета Земля. Инструкция пользователя. Опровержение»</p>

Разработчик: ст. преподаватель Палагина И.В.

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций
доктор филологических наук, профессор

Барабаш В.В.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет
АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 "Реклама и связи общественностью"

Наименование дисциплины	<i>Основы теории коммуникации</i>
Объем дисциплины	3 ЭК (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1 Проведение коммуникативной деятельности.	Биологические предпосылки коммуникативной деятельности: целесообразное адаптивное поведение животных. Групповое и индивидуальное поведение и intersubjectivity в поведении животных и человека. Генезис происхождения языка. деятельностная, междометная, теория звукоподражания, теория трудовых выкриков и др. Выготский о становлении человеческого языка.
2 Моделирование коммуникации: основные подходы.	Линейные и нелинейные модели. Модель Шеннона – Уинера. Формула I. Лассуэлла 5W. Маршалл Маклюэн: медиа есть сообщенье. Коммуникация как равнообъемный аспект всей человеческой истории и всей человеческой культуры «Понимание медиа» и «Галактика Гуттенберга» Маршалла Маклюэна. Мануэль Кастельс и его «Галактика интернета» Коммуникация как пространство (по Гомеубригг)
3 Коммуникация как процесс и пространство.	Критерии различения коммуникации. По S и O. По способу осуществления. По способу контакта. По масштабу. По направленности. Особенности глобальной коммуникации. Коммуникативное пространство и его параметры: длительность и целостность. Коммуникативный акт, единицы анализа коммуникации. Участники коммуникации. Коммуникативная среда как среда обитания человека. Уровни коммуникации: физический, социальный, психологический, информационный. Понятие анакурса.

<p>4. Носители информации. СМК и СМИ, сходство и различие. Масс-медиа – как институт, сфера деятельности, рынок, агент влияния в системе социальных отношений. «Мир как медиа».</p>	<p>Возможные виды дискурсов, их корреляция со сферами человеческой жизнедеятельности (ЧЖТ) Носители информации. СМК и СМИ, сходство и различие. Масс-медиа – как институт, сфера деятельности, рынок, агент влияния в системе социальных отношений. «Мир как медиа». Культ видимости в современном мире. Черты современных масс-медиа, виртуальность, быстродействие, воспроизводимость, общедоступность. Типы коммуникации, познавательная (информационная), экспрессивная, убеждающая, существенная (внушающая), ритуальная, перформансная, мифологическая коммуникация. Место мифа в человеческой коммуникации. Мифы Элиаде и Ролан Барта в мифе. Структура мифа по Р.Барту.</p>
<p>5. Типы коммуникации. Место мифа в человеческой коммуникации</p>	<p>Вербальная коммуникация. Знак и значение в вербальной коммуникации. Семантика, синтаксика, семантика, прагматика. Виды невербального общения. Структура невербальной коммуникации.</p>
<p>6. Виды коммуникации. Вербальная коммуникация Виды невербального общения Структура невербальной коммуникации.</p> <p>7. Барьеры в коммуникации. Роль восприятия в процессе коммуникации.</p>	<p>Барьеры в коммуникации. Роль восприятия в процессе коммуникации. Особенности интернет-результативного общения. Барьеры в межличностных коммуникациях. Карл Лешгард об акцентуированных личностях.</p>

Разработчик:

асс. кафедры массовых коммуникаций М.Н. Писарева

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабан

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

	Политология
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Политика, как общественное явление.	Предмет политической науки.
Содержание и структура власти.	Государственное устройство от Др. Греции и Рима до современных дней.
Политическая система общества.	Основные модели политической системы.
Государство: его место и роль в системе политических отношений.	Государство и гражданское общество.
Сущность демократии и ее основные проявления.	Современные концепции и модели демократии.
Тоталитаризм и его основные проявления.	Основные черты тоталитарного режима.
Политические партии, как субъект политического процесса.	Типы партийных систем. Политические элиты и политическое лидерство. Политическая культура общества.
Актуальные проблемы политического развития современной России.	Реформы избирательной системы. Вертикаль власти. преемственность власти.

Разработчики:
Доцент кафедры политического анализа и управления

А.С. Мадатов

/ Заведующий кафедрой



В.М. Платонов

Экономический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Порядок формирования личных доходов в виде оплаты труда»

Наименование дисциплины		«Порядок формирования личных доходов в виде оплаты труда»
Объем дисциплины		3 ЗЕ (9 недель, 2 ак.ч. лекций и 2 ак.ч. практических (семинарских) занятий в неделю)
Цель дисциплины		Изучение теоретической базы и получение практических навыков в расчете выплат, связанных с оплатой труда, с целью контроля доходов, полученных от работодателя и исполнения соответствующих налоговых обязательств
Планируемые результаты обучения:		
<i>Знать</i>		Порядок начисления и выплаты доходов в виде заработной платы, оплаты отпусков, оплаты пособий
<i>Уметь</i>		Производить расчеты доходов, выплачиваемых работодателем и определять связанную с этим налоговую нагрузку
<i>Владеть</i>		Навыками расчета выплат, которые работодатель производит в пользу физического лица, с целью прогнозирования и контроля данных выплат
№ п/п	Наименование разделов (тем) дисциплины	Краткое описание разделов (тем) дисциплины (по лекциям/практическим (семинарским) занятиям)
1.	Если вы хотите работать	Предмет и задачи курса. Прием на работу. Оформление документов при принятии на работу. Коллективный договор. Штатное расписание. Государственные гарантии по оплате труда. Понятие минимального размера оплаты труда (МРОТ). Нормальная продолжительность рабочего времени. Порядок учета рабочего времени.
2	Как вы считали мою зарплату?	Основы организации оплаты труда. Системы оплаты труда (бестарифная, сдельная, повременная, аккордная). Система премирования. Надбавки и доплаты к заработной плате. Оплата при невыполнении норм труда.
3	Надежды и реальность. Почему оплата труда – дорогое удовольствие для работодателя	Почему суммы в контракте и на зарплатной карте никогда не совпадают? Удержания из заработной платы. Сроки выплаты заработной платы. Начисления ОПС, ОМС, ОСС: база, тарифы, порядок начисления.

4	Отправляют – значит надо	Добровольно или обязательно? Гарантии и компенсации командированным сотрудникам. Документальное оформление. Составление отчета в срок. Повышение квалификации.
5	Лучшее время года – отпуск.	Классификация отпусков. Расчет ежегодных оплачиваемых отпусков. Порядок учета премий при расчете средней заработной платы. Порядок учета повышения оплаты труда при расчете средней заработной платы. Компенсации за неиспользованный отпуск.
6	Ой, заболел	Виды страхового обеспечения, страховые случаи. Пособие по временной нетрудоспособности: источники выплаты, порядок расчета. Расчет максимального пособия. Минимальное пособие (исходя из МРОТ), случаи получения и порядок расчета. Условия и продолжительность выплаты пособий в случаях ухода за ребенком или больным членом семьи, методика расчета.
7	Ждем аиста	Пособие по беременности и родам: особенности расчета и налогообложения. Детские пособия: пособие, вставшим на учет в ранние сроки беременности, пособие при рождении или усыновлении ребенка, пособие по уходу за ребенком до 1,5 лет, пособие по уходу за ребенком до 3 лет.
8	Семья – главное!	Пособие по уходу за заболевшим членом семьи. Ограничения по получению и условия получения.
9	Уйти красиво, но не по-английски	На свободу по собственному желанию! Виды выплат и сроки при увольнении

Руководитель авторского коллектива



Петровская М.В.

Дата заполнения «10» июня 2019 год

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

	Производственные процессы в СМИ
Объём дисциплины	4 ЗЕ (144 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
История создания и развития газеты.	<p>Развитие письменных форм массовой информации. Папирусные свитки египетских фараонов, сводки новостей в Древнем Риме при Юлии Цезаре («Acta Senatus», «Acta diurna populi Romani»). Материальные носители информационных текстов.</p> <p>Развитие коммуникативных связей при переходе от феодальных отношений в обществе к капиталистическим, с расширением торговли. Цехи по сбору и распространению информации в средневековой Европе (цехи писателей новостей – «Novellanti» в Риме, «Scrittori d'avviso» в Венеции). Торговые информационные листки, закрепление за ними названия «газета». Превращение их в политический инструмент конкретных общественных групп. Рукописные церковные и юридические книги в России. Раскольничья рукописная литература. Рукописная газета «Куранты» для царя и бояр. Появление книгопечатания в Китае. Первые печатные газеты в Германии (1609), в Англии (1622), во Франции (1631). Основная тематика изданий, участие в их выпуске первых лиц государства. Развитие периодической печати в XVII веке. Первая печатная российская газета «Ведомости» (1702). Роль Петра I в ее создании.</p>
Типология современной прессы.	<p>Разделение прессы на качественную и массовую, государственную и коммерческую, официозную и независимую, правящую и оппозиционную, политизированную и деполитизированную, деловую и развлекательную, легитимную и нелегитимную, национальную и транснациональную.</p> <p>Новые формы печатных изданий – дайджесты, журналы-ревью, семейные журналы, издания на дискетах и компакт-дисках, электронные версии журналов и газет, русские версии известных западных журналов, издания, продолжающие тематику телевизионных программ. Легализация в России изданий русского зарубежья. Возрождение религиозной прессы. Появление прессы для богатых и для бедных (социально уязвимых слоев). Развитие самодетельной подростковой прессы. Студенческая самодетельная и учебная печать.</p> <p>Основные виды деятельности газетного журналиста – литературная, редакторская, организационная. Их соотношение</p>

<p>Характер и условия газетного труда.</p>	<p>в разных типах прессы. Литературная работа. Выбор темы, проблемы, задачи будущей публикации. Сбор необходимой информации. Разработка плана, выбор жанра, сюжета, композиции. Правка, доработка текста. Соотношение этих видов журналистской деятельности в работе редактора по отделу, редактора газет разных уровней.</p> <p>Редакторская работа. Работа с нештатными авторами. Подготовка материалов, передаваемых информационными агентствами, официальной, справочной, рекламной информации – отбор, компоновка, подготовка к печати.</p>
<p>Организация редакционного процесса выпуска номера.</p>	<p>Место выпуска номера в редакционной деятельности. Редакционная и типографская части выпуска номера. Функции редактора, его заместителей, сотрудников секретариата, дежурных по отделам в ходе выпуска номера. Работа над номером в редакции. Составление плана номера. Читка и правка материалов. Виды правки (правка-обработка, правка-сокращение, правка-переделка, правка-вычитка). Подбор иллюстраций. Оформление материалов. Выбор шрифтов, формата набора. Дизайн печатного издания: типы шрифтов и особенности их психологического восприятия. Типы заголовков и их место на печатной полосе. Система организации текстов на полосе. Создание графического макета номера на основе оформительской модели газеты.</p> <p>Композиционно-графическое моделирование и его роль в оптимизации процесса выпуска номера. Виды оформительской модели. Тематическая модель, графическая модель.</p>
<p>Методика создания газетного текста.</p>	<p>Этические нормы в работе с источниками информации. Анализ и интерпретация полученных данных. Систематизация, классификация, группировка, типологизация фактов и явлений. Видовые модели текстообразования – повествование, описание, рассуждение. Зависимость изложения от выбора конкретного газетного жанра. Построение журналистского произведения. Сюжет как средство организации материала (логика развития мысли, системы событий, история постановки и решения актуальной общественной проблемы). Отличие журналистского сюжета от литературного. Конфликт в аналитических и художественно-публицистических жанрах как основа сюжета. Сюжет и фабула.</p>
<p>Газетные жанры.</p>	<p>Особенности информационных жанров, их отличие от аналитических. Наличие в материалах оперативного повода, рассмотрение отдельного факта, явления. Особенности аналитических жанров, отличие от художественно-публицистических. Особенности художественно-публицистических жанров. Их роль в выполнении функции воспитания, социализации читателей. Различия и задачи художественно-публицистических жанров в газетах и журналах.</p>

Разработчики:
Профессор кафедры мк

А.А. Грабельников

Заведующий кафедрой

массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**«Практические основы межкультурной коммуникации и социализации личности»
для междисциплинарного модуля**

Наименование дисциплины	Практические основы межкультурной коммуникации и социализации личности
Объем дисциплины	3 ЗЕ (108 ч.)
Наименование разделов (тем) дисциплины	Краткое описание разделов (тем) дисциплины (по лекциям/практическим (семинарским) занятиям)
<i>Раздел 1 Проблемы межкультурной коммуникации</i>	Цели, задачи межкультурной коммуникации. История межкультурной коммуникации. Пионеры межкультурной коммуникации. Центральные дисциплины межкультурной коммуникации – культурная антропология, психология и лингвистика. Междисциплинарность межкультурной коммуникации. Культурно-антропологические знания как фундамент для межкультурного образования. Роль культуры в межкультурной коммуникации
<i>Раздел 2 Этнокультурная вариативность регуляторов социального поведения</i>	Сравнительно-культурный подход в психологии общения. Этнокультурная специфика вербальной и невербальной коммуникации. Стереотипы, восприятие, социальная категоризация и их роль в межкультурной коммуникации. Этноцентризм как социально-психологическое явление. Социализация личности. Межкультурное обучение. Основные модели и типы. Рассмотрение проявлений культуры (культурных измерений) и роли культуры в межкультурной коммуникации.
<i>Раздел 3 Межкультурная адаптация.</i>	Проблемы межкультурной адаптации. Факторы межкультурной адаптации. Стратегии и последствия адаптации. ABC- подход к межкультурной адаптации. Схема Д.Берри. Роль принимающего общества. Исследование межкультурной адаптации иностранных студентов в России и за рубежом. Опыт иностранных университетов по межкультурной адаптации.
<i>Раздел 4 Межкультурная компетентность</i>	Структура и модели межкультурной компетентности. Развитие межкультурной компетентности личности – от этноцентризма к этнорелятивизму. Модель М.Беннетта. Основные этапы развития навыков межкультурной коммуникации. Структура и элементы межкультурной компетентности.

<p><i>Раздел 5</i> <i>Пути оптимизации</i> <i>межкультурного</i> <i>взаимодействия и</i> <i>межкультурной</i> <i>адаптации.</i></p>	<p>Тренинг развития межкультурной компетентности. Культурный ассимилятор как техника повышения межкультурной сензитивности: возможности применения. Тренинг самореализации личности.</p>
--	--

Разработчиком является

коллектив кафедры социальной и дифференциальной психологии

доцент кафедры социальной и дифференциальной психологии Г.Н. Каменева

доцент кафедры социальной и дифференциальной психологии М.А. Рушина

доцент кафедры социальной и дифференциальной психологии И.А. Новикова

доцент кафедры социальной и дифференциальной психологии С.С. Кудинов

доцент кафедры социальной и дифференциальной психологии О.Б. Михайлова

доцент кафедры социальной и дифференциальной психологии М.И. Волк

Заведующий кафедрой

социальной и дифференциальной психологии,

доктор психологических наук, профессор



С.И. Кудинов

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Наименование дисциплины	Правоведение
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
<ol style="list-style-type: none">1. Основы теории государства и права.2. Конституция РФ – основной закон государства.3. Характеристика отраслей российской системы права.4. Международное право как особая система права.5. Право массовой информации.	<p>Тема 1.1. Понятие, признаки, функции государства. Теории происхождения государства.</p> <p>Тема 1.2. Форма государства: форма правления, форма государственного устройства, политический режим.</p> <p>Тема 1.3. Право в системе социального регулирования. Понятие, признаки права и теории происхождения права.</p> <p>Тема 1.4. Нормы и источники права.</p> <p>Тема 1.5. Система права.</p> <p>Тема 1.6. Правоотношение: понятие, признаки и состав.</p> <p>Тема 1.7. Правонарушения и юридическая ответственность.</p> <p>Тема 2.1. Конституция, её роль и место в правовой системе РФ.</p> <p>Тема 2.2. Правовой статус человека и гражданина РФ.</p> <p>Тема 2.3. Система органов государственной власти в РФ.</p> <p>Тема 2.4. Правоохранительные органы в РФ.</p> <p>Тема 3.1. Основы семейного права РФ.</p> <p>Тема 3.2. Основы гражданского права РФ.</p> <p>Тема 3.3. Основы трудового права РФ.</p> <p>Тема 3.4. Основы уголовного права РФ.</p> <p>Тема 3.5. Основы административного права РФ.</p> <p>Тема 4.1. Понятие международного права. Становление, сущность, источники и система современного международного права. Субъекты современного международного права. Ответственность в международном праве.</p> <p>Тема 4.2. Права человека и международное</p>

	<p>право.</p> <p>Тема 4.3. Международное право в период вооруженных конфликтов.</p> <p>Тема 5.1. Понятие права массовой информации. Предмет и метод правового регулирования.</p> <p>Тема 5.2. Правовое регулирование защиты информации и функционирования средств массовой информации в России.</p> <p>Тема 5.3. Система современного российского законодательства о СМИ.</p>
--	---

Разработчики:

Профессор кафедры судебной власти, правоохранительной и правозащитной деятельности Е.Е. Виноградова

Ассистент кафедры судебной власти, правоохранительной и правозащитной деятельности И. Каса

Заведующий кафедрой судебной власти, правоохранительной и правозащитной деятельности В.В. Гребенников

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет/институт

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование дисциплины	<i>Политическая реклама</i>
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
История политической рекламы. Способы, методы, технологии, каналы, структура и этапы.	Власть и реклама на различных исторических этапах. Устная политическая реклама – канал общественной коммуникации. Глашатаи древнего Рима и Греции. «Лобное место» на Руси. Устная негативная реклама Марка Тулия Цицерона. Устная политическая реклама и радио. Художественный портрет и скульптура как форма визуальной политической рекламы. Политическая карикатура в европейских странах и США, в России и СССР. Некоторые политические плакаты, листовки. Политическая реклама в кино и на телевидении. Сувенирная продукция как политическая реклама. Основа политического рекламного продукта. Основные компоненты рекламного продукта и способы его производства. Структура политической рекламы. Этапы создания политической рекламы.

Разработчики:

Доцент кафедры массовых коммуникаций

Савастенко Р.А.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Наименование дисциплины	PR в органах государственной власти
Объем дисциплины	2 ЗЕ, (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
«Пропаганда», «реклама», «PR», «государство», «государственная власть», «органы государственной власти»	Периоды эволюции концепции PR в XX веке. Временные рамки, цель, модель. Понятия «государство», «государственная власть», органы государственной власти в РФ». Понятия «государство», «государственная власть» органы государственной власти в РФ».
Государственная информационная политика Особенности создания и функционирования PR-подразделений в органах государственной власти Российской Федерации	Цели, содержание, законодательная база государственной информационной политики Российской Федерации Типовая структура PR-подразделений в органах государственной власти. Должности PR-специалистов, включенные в Реестр Минтруда РФ Структура PR-подразделений федеральных органов законодательной, исполнительной и судебной власти в Российской Федерации
Алгоритм выстраивания взаимоотношений PR-подразделений органов государственной власти с различными целевыми аудиториями	Основные целевые аудитории PR-подразделений органов гос. власти. Виды аккредитации журналистов. Пресс-секретарь как ключевая фигура организации работы PR-подразделения госструктуры. Лоббист и GR – специалист. Авторсинг: области и причины применения авторсинга PR-подразделениями органов государственной власти.

Разработчик:

ассистент кафедры массовых коммуникаций **Е.П. Тарасова**

**Заведующий кафедрой
массовых коммуникаций**



В.В. Барабан

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	<i>Прикладная физическая культура</i>
Объём дисциплины	328 час.
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Теоретический раздел.	Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Тема 2. Социально-биологические основы физической культуры. Тема 3. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья. Тема 4. Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства и методы физической культуры в регулировании работоспособности. Тема 5. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. Тема 6. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Тема 7. Индивидуальный выбор видов спорта или системы физических упражнений. Тема 8. Особенности занятий избранным видом спорта (системой физических упражнений). Тема 9. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом Тема 10. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) студентов. Тема 11. Физическая культура в производственной деятельности бакалавра и специалиста. Тема 12. Конституция и здоровье
Методика-практические (семинарские) занятия.	1. Методы определения гармоничности физического развития по антропометрическим данным 2. Методика определения обеспеченности организма витаминами 3. Определение функционального состояния и адаптивных возможностей организма 4. Биоритмы и здоровье 5. Определение биологического возраста. 6. Стресс как фактор влияющий на состояние здоровья. Профилактика стрессовых состояний средствами физической культуры

Профессионально-прикладная физическая подготовка.	Развитие профессионально важных качеств средствами физической культуры. Развитие внимания, устойчивости внимания, оперативного мышления, эмоциональной устойчивости, волевых качеств, инициативности средствами гимнастических и строевых упражнений, средствами легкоатлетических упражнений, средствами спортивных игр: волейбол, баскетбол, бадминтон, футбол.
Контрольный раздел	Теоретические тесты, практические задания, практические тесты
Практический раздел	<ol style="list-style-type: none"> 1. Тема 1. Легкая атлетика. 2. Тема 2. Баскетбол. 3. Тема 3. Бадминтон. 4. Тема 4. Лыжный спорт. 5. Тема 5. Волейбол. 6. Тема 6. Футбол. 7. ОФП с элементами легкой атлетики, лыжной подготовки, оздоровительной гимнастики, силовой тренировки.

Разработчиками являются

доцент кафедры физического воспитания и спорта
должность, название кафедры



подпись

Е.А. Милашечкина
инициалы, фамилия

доцент кафедры физического воспитания и спорта
должность, название кафедры



подпись

С.Ю. Размахова
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой
физического воспитания и спорта
название кафедры



подпись

В.М. Шулятьев
инициалы, фамилия

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический Факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(наименование образовательной программы, специальность, форма обучения)

Наименование дисциплины	<i>PR и международные отношения</i>
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Культура и коммуникация	Введение в межкультурную коммуникацию. Культура как система. Основные культурологические школы и направления. Структура и функции культуры. Цивилизация и культура. Модели культуры. Определение понятия «коммуникация». Модели коммуникации. Классификация ценностей. Культура и синергетика. Основные термины и понятия синергетики.
Теоретические аспекты межкультурной коммуникации.	История развития межкультурной коммуникации. Предмет, цели и задачи межкультурной коммуникации. Междисциплинарность МКК. Основные теории межкультурной коммуникации. Теория высоко- и низкоконтекстных (широко – и узкоконтекстных) культур Э. Холла. Восприятие времени в различных культурах. Теория культурных измерений Г. Хофстеде. Теория Р. Льюиса.
Язык и межкультурная коммуникация	Язык и национальный характер. Источники информации и факторы формирования национального характера. Дискурс в межкультурной коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникация. «Ключевые слова» и «безэквивалентная лексика».
Психологические аспекты межкультурной коммуникации	Межкультурные конфликты. Причины возникновения и стратегии разрешения конфликтов «Культурный шок». Понятие ассертивности. Основные правила ассертивности и их применение в межкультурном общении. Межкультурная трансформация личности.

Разработчики:

доцент кафедры массовых коммуникаций А.А. Колесова

Заведующий кафедрой
массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ:
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Наименование дисциплины	PR и внешняя политика государства
Объём дисциплины	3 ЭК, (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
I. Организационные структуры политического PR и избирательная кампания	Цели и задачи этой технологии. Кто осуществляет эту технологию. Организационные структуры политического менеджмента и маркетинга. Стратегическая цель, стратегия и тактика избирательной кампании. Цели, задачи и структура организационного ядра избирательной команды. «Кухонный кабинет» и его функции. Роль менеджера в выработке стратегической цели, стратегии и тактики избирательной кампании. Информационно-аналитическое управление. Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании. Оргмассовое направление.
II. Личный и социальный имидж. Политический имиджмейкинг. Имидж и стратегический образ.	Имидж в политическом PR и политической рекламе. Имидж и стратегический образ в политическом PR. Сбор сведений об участниках коммуникативного процесса и их аналитика. Региональная и страновая специфика избирательных технологий и формирование. Электорат и его изучение. Целевые группы электората. Фазы жизненного цикла человека и

	выбор политического товара. Электоральная возрастная дуга. Электоральная политическая дуга. Посилели стратегического образа и виртуальный стратегический образ. Каналы распространения стратегического образа. Технологии защиты стратегического образа и технологии атак на стратегический образ противника.
--	---

Разработчик: кандидат филологических наук,
доцент кафедры Р.А. Савастенко

Заведующий кафедрой
массовых коммуникаций, профессор,
д.филол. наук



В.В. Барабан

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	<i>Междисциплинарная курсовая работа</i>
Объём дисциплины	17 ЗЕ (612 часов)
<p>Выбор темы осуществляется студентом самостоятельно, после чего тема утверждается с научным руководителем. Тема работы должна быть актуальной в научном и практическом отношении, обеспечена соответствующей литературой, соответствовать уровню знаний, возможностей и способностей студента, отражать его интересы.</p> <p>Студент и руководитель согласовывают график написания курсовой работы. Соблюдение графика написания курсовой работы является составной частью формирования итоговой оценки. Проведя предварительную работу (составление плана и определение теоретических и практических источников), можно переходить к написанию отдельных глав курсовой работы.</p> <p>Для подтверждения собственных мыслей или в качестве дополнительных аргументов могут использоваться цитаты – дословное воспроизведение отрывков из источников или воспроизведение чужих мыслей в собственном изложении. Любая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник. Ссылка на источник также обязательна при использовании конкретных цифр, фактов, схем. В конце каждой главы иногда целесообразно поместить основные выводы, вытекающие из содержания. При изложении материала следует обратить особое внимание на ясность языка и четкость стиля.</p> <p>В вводной части курсовой работы обосновывается актуальность темы, определяются цель, задачи и методы исследования, кратко излагаются известные подходы к ее раскрытию в литературе, цель исследования, его теоретическое и практическое значение, определение временных границ предмета темы (при необходимости). Обзор используемых источников и литературы должен содержать оценку их (положительную или отрицательную) автором в рамках исследуемой проблемы.</p>	

Текст курсовой работы не должен содержать помарок. Работа распечатывается на одной стороне стандартного листа формата А4. Объем курсовой работы не должен превышать 20-25 страниц машинописного текста, распечатанного с полуторным интервалом. Шрифт - Times New Roman. Размер шрифта – 14. Основное содержание должно занимать 18-20 страниц, введение и заключение – по 2-3 страницы. Список литературы должен состоять не менее чем из 10 позиций. Нумерация страниц выводится в верхнем колонтитуле по середине. Листы приложений имеют общую нумерацию со всей работой, однако, их количество не учитывается в объеме работы. Введение, каждая глава, заключение, список литературы должны начинаться с новой страницы. В работе в обязательном порядке должно присутствовать Содержание с указанием номеров страниц, с которых начинаются введение, главы, параграфы (по желанию автора), заключение, список литературы, приложения.

Работа передается научному руководителю лично в руки или на электронную почту.

**Заведующий кафедрой
массовых коммуникаций**



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический Факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(наименование образовательной программы: *специальность «Связи с общественностью»*)

Наименование дисциплины	<i>Межкультурная коммуникация</i>
Объем дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Культура и коммуникация	Введение в межкультурную коммуникацию. Культура как система. Основные культурологические школы и направления. Структура и функции культуры. Цивилизация и культура. Модели культуры. Определение понятия «коммуникация». Модели коммуникации. Классификация ценностей. Культура и синергетика. Основные термины и понятия синергетики.
Теоретические аспекты межкультурной коммуникации.	История развития межкультурной коммуникации. Предмет, цели и задачи межкультурной коммуникации. Междисциплинарность МКК. Основные теории межкультурной коммуникации. Теория высоко- и низкоконтекстных (широко – и узкоконтекстных) культур Э. Холла. Восприятие времени в различных культурах. Теория культурных измерений Г. Хирстеде. Теория Р. Льюиса.
Язык и межкультурная коммуникация	Язык и национальный характер. Источники информации и факторы формирования национального характера. Дискурс в межкультурной коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникация. «Ключевые слова» и «безэквивалентная лексика».
Психологические аспекты межкультурной коммуникации	Межкультурные конфликты. Причины возникновения и стратегии разрешения конфликтов «Культурный шок». Понятие асертивности. Основные правила асертивности и их применение в межкультурном общении. Межкультурная трансформация личности.

Разработчики:

доцент кафедры массовых коммуникаций А.А. Колесова

Заведующий кафедрой
массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

**Филологический факультет
АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование дисциплины	Профессиональные коммуникации (английский язык)
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Module 1. Journalism as profession	1.Training for journalism 2.The Media man – a jack of all trades? Grammar review: Past Simple & Present Perfect: Countability: countable & uncountable nouns; Articles usage; Nouns in Groups; Word formation. 3.The Media in the modern world Grammar review: Linking words; Comparisons; Rules for irregular plural formation of nouns; Quantifiers; Relative clauses; Word formation. 4.News Grammar review: Present Simple & Present Continuous; Modal verbs Can/could, May/might; Modal verbs must/need for necessity; Modal verbs must/have to; Word formation.
Module 2. News, interviews, events	1.Audiences 2.Interviews Grammar review: Active/Passive Forms; Future forms; Conditional 0; Conditional 1: Word formation. 3.Diary news events: press conferences, meetings, speeches Grammar review: Present Perfect & Present Perfect Continuous; Conditional 2; Conditional 3; Past Continuous, Past Perfect, Past Perfect Continuous; Word formation. 4.Media writing and journalistic genres Grammar review: Adjective order; The verb to get; Purpose, Reason &

Module 3. Mass Media Freedom of the press	1.Training for journalism 2.Newspapers and magazines Grammar review: Reported Statements; Reported orders, requests, suggestions; Reported questions; Infinitives, Gerunds, Verb + ing or to-infinitive. Modal verbs should/ought to; Word formation. 3.Television and radio 4.Wire and electronic sources of news 5.Freedom of the press Grammar review: Participles; Punctuation; Grammar to describe importance; Grammar to describe satisfaction; Word formation.
---	---

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Л.Н. Гишкаева

Заведующая кафедрой

иностраннных языков

Ю.Н. Эбзеева

название кафедры

инициалы, фамилия

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
Российский университет дружбы народов

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины: **Профессиональные коммуникации
(иностранный язык)**

Рекомендуется для направления подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с
общественностью**

Москва

1. Цели и задачи дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Профессиональные коммуникации (иностраный язык)» в рамках первой ступени высшего профессионального образования (уровень бакалавриат) являются:

- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования;
- овладение студентами необходимым и достаточным уровнем владения иностранным языком для решения социально-коммуникативных задач в различных областях культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего обучения в магистратуре и аспирантуре и проведении научных исследований в заданной области.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Иностранный язык» входит в вариативную часть учебного плана по данному направлению (Б1.В.ДВ.07.01) (дисциплины по выбору), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Общекультурные компетенции			
	ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Иностранный язык Иностранный язык (делового общения)	Иностранный язык (теоретическая грамматика) Английский язык для научных целей
	ОК-10: способностью владеть взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод	Иностранный язык Иностранный язык (делового общения)	Иностранный язык (теоретическая грамматика) Английский язык для научных целей

	<p>ОК-11: способностью владеть взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод</p>	<p>Иностранный язык Иностранный язык (делового общения)</p>	<p>Иностранный язык (теоретическая грамматика) Английский язык для научных целей</p>
	<p>ОК-12: способностью владеть иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-профессиональной, научной, социокультурной, повседневно-бытовой сферах иноязычного общения</p>	<p>Иностранный язык Иностранный язык (делового общения)</p>	<p>Иностранный язык (теоретическая грамматика) Английский язык для научных целей</p>
	<p>ОК-13: способностью эффективно и в полном объеме решать профессиональные и научно-профессиональные задачи, реализовать профессионально-деловые, научно- профессиональные, общекультурные коммуникативные потребности средствами русского языка</p>	<p>Иностранный язык Иностранный язык (делового общения)</p>	<p>Иностранный язык (теоретическая грамматика) Английский язык для научных целей</p>

	<p>ОК-14: способностью устанавливать и поддерживать с российскими деловыми партнерами толерантные профессионально-коммуникативные отношения, основанные на уважительном отношении к культурным, социальным, социально-политическим реалиям и ценностям российского общества, на знании норм и правил эффективного взаимодействия, принятых в российских профессионально-деловых сообществах</p>	<p>Иностранный язык Иностранный язык (делового общения)</p>	<p>Иностранный язык (теоретическая грамматика) Английский язык для научных целей</p>
--	---	---	--

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции, приобретенные студентами при изучении иностранного языка, способность использовать иностранный язык в профессиональной деятельности способствуют формированию компетенций дисциплин профессионального цикла бакалавра.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общекультурные компетенции (ОК):

ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-10: способностью владеть взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод

ОК-11: способностью владеть иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-профессиональной, научной, социокультурной, повседневно-бытовой сферах иноязычного общения

ОК-12: способностью использовать иностранный язык в процессе профессиональной деятельности по направлению подготовки

ОК-13: способностью эффективно и в полном объеме решать профессиональные и научно-профессиональные задачи, реализовать профессионально-деловые, научно-профессиональные, общекультурные коммуникативные потребности средствами русского языка

ОК-14: способностью устанавливать и поддерживать с российскими деловыми партнерами толерантные профессионально-коммуникативные отношения, основанные на

уважительном отношении к культурным, социальным, социально-политическим реалиям и ценностям российского общества, на знании норм и правил эффективного взаимодействия, принятых в российских профессионально- деловых сообществах

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: категориально-понятийный аппарат курса; современные исследования в области журналистики на иностранном языке; различные подходы к анализу; ресурсы системы языка и ее разных уровней в плане речевого воздействия;

Уметь: применять знания в области иностранного языка, осуществлять критический обзор современных текстов по журналистике, самостоятельно анализировать тексты различных жанров, давать аргументированную оценку эффективности конкретного текста;

Владеть: терминологическим аппаратом дисциплины, указанными в программе общекультурными и профессиональными компетенциями.

4. Объем дисциплины и виды учебных занятий:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

№	Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
			7
1.	Аудиторные занятия (ак. часов)	108	34
	<i>В том числе:</i>	-	-
1.2.1.	Семинары (С)/ Практические занятия (ПЗ)	34	34
	<i>Зачет/Итоговая аттестация</i>	2	2
2.	Самостоятельная работа студентов (ак. часов)	74	74
	<i>В том числе:</i>		
2.5.	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	2	2
3.	Общая трудоемкость (ак. часов)		

	<i>Общая трудоемкость (зачётных единиц)</i>	<i>3</i>	<i>3</i>
--	---	----------	----------

5. Разделы дисциплин и виды учебных занятий

5.1 Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Module 1. Journalism as profession	1.Training for journalism Grammar review: Present Simple & Present Continuous; Modal verbs Can/could, May/might; Modal verbs must/need for necessity; Modal verbs must/have to; Word formation. 2.The Media man – a jack of all trades? Grammar review: Past Simple & Present Perfect: Countability: countable & uncountable nouns; Articles usage; Nouns in Groups; Word formation. 3.The Media in the modern world Grammar review: Linking words; Comparisons; Rules for irregular plural formation of nouns; Quantifiers; Relative clauses; Word formation.
2	Module 2. News, interviews, events	1.Audiences. Interviews Grammar review: Active/Passive Forms; Future forms; Conditional 0; Conditional 1: Word formation. 2.Diary news events: press conferences, meetings, speeches Grammar review: Present Perfect & Present Perfect Continuous; Conditional 2; Conditional 3; Past Continuous, Past Perfect, Past Perfect Continuous; Word formation. 3.Media writing and journalistic genres Grammar review: Adjective order; The verb to get; Purpose, Reason

3	Module 3. Mass Media Freedom of the press	1. Newspapers and magazines Grammar to describe satisfaction; Word formation. 2. Freedom of the press Grammar review: Reported Statements; Reported orders, requests, suggestions; Reported questions; Infinitives, Gerunds, Verb + ing or to-infinitive. Modal verbs should/ought to; Word formation. 3. Wire and electronic sources of news. Grammar review: Participles; Punctuation; Grammar to describe importance
---	---	--

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ Моду ль	НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМЫ	Всего часов	Виды учебных занятий (аудиторных)	СРС
			Семинары (пр.зан.)	
1	1. Training for journalism	11	3	8
	2. The Media man – a jack of all trades?	11	3	8
	3. The Media in the modern world	11	3	8
2	1. Audiences. Interviews	11	3	8
	2. Diary news events: press conferences, meetings, speeches	12	4	8
	3. Media writing and journalistic genres	12	4	8
3	1. Newspapers and magazines	12	4	8
	2. Freedom of the press	12	4	8

	3. Wire and electronic sources of news	12	4	8
	Промежуточная	2		2
	Итоговая аттестации	2	2	
	Всего часов	108	34	74

6. Лабораторный практикум по данной дисциплине не предусмотрен

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	Module 1	<p>1. Training for journalism Grammar review: Present Simple & Present Continuous; Modal verbs Can/could, May/might; Modal verbs must/need for necessity; Modal verbs must/have to; Word formation.</p> <p>2. The Media man – a jack of all trades? Grammar review: Past Simple & Present Perfect: Countability: countable & uncountable nouns; Articles usage; Nouns in Groups; Word formation.</p> <p>3. The Media in the modern world Grammar review: Linking words; Comparisons; Rules for irregular plural formation of nouns; Quantifiers; Relative clauses; Word formation.</p>	9

2.	Module 2	1.Audiences. Interviews Grammar review: Active/Passive Forms; Future forms; Conditional 0; Conditional 1: Word formation. 2.Diary news events: press conferences, meetings, speeches Grammar review: Present Perfect & Present Perfect Continuous; Conditional 2; Conditional 3; Past Continuous, Past Perfect, Past Perfect Continuous; Word formation. 3.Media writing and journalistic genres Grammar review: Adjective order; The verb to get; Purpose, Reason	11
3.	Module 3	1.Newspapers and magazines Grammar to describe satisfaction; Word formation. 2. Freedom of the press Grammar review: Reported Statements; Reported orders, requests, suggestions; Reported questions; Infinitives, Gerunds, Verb + ing or to-infinitive. Modal verbs should/ought to; Word formation. 3. Wire and electronic sources of news. Grammar review: Participles; Punctuation; Grammar to describe importance	12

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- Персональный компьютер
- Мультимедиа проектор
- Экран настенный
- CD – проигрыватель
- Доступ в Интернет, видеопроектор, экран

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) программное обеспечение:

В процессе семинарских занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет, программы для демонстрации аудио-видео материалов, текстовые редакторы, а также система закрепления знаний Quizlet, тестовой проверки GoConqr (в сети Интернет). Программное обеспечение электронного ресурса сайта РУДН, включая ЭБС РУДН.

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Система электронных словарей: <http://dic.academic.ru/>
2. Фонд УНИБЦ (НБ) РУДН
3. Поисковые системы Яндекс, Google
4. eLIBRARY.RU, cyberninka.ru
5. www.google.ru поисковая система на английском языке

6. https://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page интернет энциклопедия на английском языке
7. <http://www.themoscowtimes.com/news/> газета на английском языке
8. <http://www.rt.com/> сайт телевидения на английском языке
9. Audio and video clips to help you improve your English / <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/multimedia/index.shtml>
10. AudioEnglish net: Online Accounting English Course with Audio // http://www.audioenglish.net/english-learning/efl_accounting.htm
11. AudioEnglish net: on-line Dictionary // <http://www.audioenglish.net/dictionary/>
12. <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/business/index.shtml>
13. Centre for Independent Language Learning // <http://elc.polyu.edu.hk/cill/default4.htm>
14. Encyclopedia of international trade <http://www.fredoniainc.com/glossary/index.html>
15. [English as 2nd Language](http://www.esl.about.com/od/englishforbusinesswork) // <http://www.esl.about.com/od/englishforbusinesswork>
16. English club // <http://www.englishclub.com/>
17. English Grammar // <http://www.edufind.com/english/grammar/toc.cfm>
18. English Language Tests and Games // <http://www.edufind.com/english/englishtests/index.CFM>

10. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

а) Основная литература

1. «Курс английского языка для студентов языковых вузов». Е.Б.Ястребова, Л.Г.Владыкина, М.В.Ермакова, М., «Экзамен», 2008
2. Murphy R. English Grammar in Use. – Cambridge University Press, 2006.
3. Murphy R. Essential English in Use. – Cambridge University Pre.2006
4. Evans V. Round-Up (5-6 уровни). – Longman, 2005.
5. Томашевич С.Б. Тесты по английской грамматике. – М.: Уникум-центр. Поматур, 2001.
6. Ганеев Б.Т. English Mass Media.Читаем англо-американскую прессу. Уфа: БГПУ, 2002
7. Беспалова Н.П., Шейдеман Г.И. и др. Перевод и реферирование общественно-политических текстов. М.: «РУДН», 2010
8. Ильина А.Ю., Куприянова М.Е. Международные отношения, соглашения и сотрудничество. Учебно-методическое пособие по общественно-политической лексике. – М.: РУДН, 2004.
9. Мигولاتьева И.В. Язык прессы. Разоружение. М.: РУДН, 2002
10. Bernard Hartley, Peter Viney. Streamline English. Destinations. Oxford University Press, 2002
11. J.V. Priestley. Angel Pavement. М., Прогресс, 1974.
12. Ульянищева Л.В. Пособие по домашнему чтению по роману С. Моэма «Разрисованный занавес» The Painted Veil. М.: РУДН,2012

б) дополнительная литература

1. Профессиональный английский язык: конспект лекций / сост. Т.Н. Ямских, Р.А. Короленко, Ю.В. Глущенко. - Красноярск: ИПК СФУ, 2008.-202 с. (Профессиональный английский язык: УМКД № 197-2007 / рук. творч. коллектива Т.Н. Ямских)

2. Н.П.Беспалова, К.Н.Котлярова и др. Грамматические трудности. Английский язык. Практикум по переводу. М., РУДН, 2005
3. Профессиональный английский язык:практикум / сост.
4. Т.Н. Ямских, Т.Н. Свиридова, Р.А. Короленко. - Красноярск: ИПК СФУ, 2008.-200 с. (Профессиональный английский язык: УМКД № 197-2007 / рук. творч. коллектива Т.Н. Ямских)
5. Murphy R. English Grammar in Use / R. Murphy. - Cambridge University Press, 2005. -328 p.
6. Hewings M. Advanced Grammar in Use / M. Hewings. - Paperback. Cambridge University Press, 2005. -340 p.
7. Swan & Walter How English works: a grammar practice book. Oxford University Press., 2002.-358 p.
8. Thomson A.J A practical English grammar / A. J. Thomson, A. V. Martinet. - 4th low-priced ed. - Oxford: Oxford University Press, 2004. - 383 p.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина Профессиональные коммуникации (иностраннй язык) представляет собой модуль, рассчитанный на 1 семестр. Преподавание курса предполагает использование интерактивных форм занятий в сочетании с самостоятельной работой студентов с привлечением в качестве специализированных источников научных статей и словарей. Пополнение словарного запаса, систематизация грамматических знаний, совершенствование навыков говорения и аудирования, чтения и письма являются обязательными составляющими каждого занятия.

На зачетах оценивается уровень овладения обучающимися основными видами речевой деятельности (восприятием на слух, говорением, чтением, письмом) в сфере журналистики. Языковые навыки научного общения на иностранном языке (чтение, аудирование, говорение) отрабатываются на темах. Современная коммуникативная методика преподавания иностранного языка позволяет успешно овладеть научной лексикой и грамматическими структурами через разговорную практику - дискуссии, презентации, анализы ситуаций сопровождаются аудио- и видеоматериалами и помогают расширить словарный запас, обрести уверенность в общении на иностранном языке.

От студентов требуется посещение семинарских занятий, обязательное участие в аттестационно-тестовых испытаниях, индивидуальных и групповых работах, выполнение заданий преподавателя. Особо ценится активная работа на семинаре: творческий подход к выполнению домашних заданий и проектов, способность четко и емко формулировать свои мысли, а также результаты промежуточных тестов и итоговой работы.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (см. ФОС РПД).

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Л.Н. Гишкаева

Руководитель программы:

заведующий кафедрой массовых коммуникаций

В. В. Барабаш

Заведующая кафедрой



иностранных языков

Ю.Н. Эбзеева

название кафедры

инициалы, фамилия

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ
(РУДН)
Филологический факультет
Кафедра иностранных языков**

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
31.08.2018 г., протокол №1
Заведующая кафедрой
Ю.Н. Эбзеева

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
Профессиональные коммуникации
(иностранный язык)**

42.03.01 «Реклама и связь с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника — бакалавр

Москва

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление: 42.03.01 «Реклама и связь с общественностью»

Дисциплина: Профессиональные коммуникации (иностраннный язык)

К о д к о н т р о л и р у е м о й к о м п е т е н ц и и л и е е ч а с т и	Контролируе мый Раздел (модуль) дисциплины	Контролируемая тема дисциплины	ФОСы (формы контроля уровня освоения ООП)										Бал лы те мы	Балл ы разд ела			
			Аудиторная работа					Самостоятел ьная работа							Э к з а м е н / З а ч е т		
			О п р о с	Т е с т	К о л л о к в и у м	К о н т р о л ь н я р а б о т а	Д и с с е	Э с с е	В ы п о л н е н и е Д З	Р е ф е р а т	Т в о р ч е с к и й п р о е к т	В ы п о л н е н и е К Р / К П					
OK 5, 10, 11, 12,13, 14	Module 1	2. Training for journalism	5								5						30
		3. The Media man – a jack of all trades?	5									5					

		4. The Media in the modern world	5							5								
OK 5, 10, 11, 12,13, 14	Module 2	4. Audiences. Interviews	5							5								
		5. Diary news events: press conferences, meetings, speeches	5							5								
		6. Media writing and journalistic genres	5							5								
OK 5, 10, 11, 12,13, 14	Module 3	4. Newspapers and magazines	5							5								
		5. Freedom of the press	5							5								
		6. Wire and electronic sources of news	5							5								
OK 5, 10, 11, 12,13, 14		Промежуточная аттестация (тест)		2													2	
OK 5, 10, 11, 12,13, 14		Итоговая аттестация (устный зачет)		2											6		2	
		ИТОГО	4 5	4						4 5					6		100	

Кафедра иностранных языков филологического факультета

Экзаменационные билеты

по дисциплине Профессиональные коммуникации (иностраный язык)
(наименование дисциплины)

Направление: 42.03.01 «Реклама и связь с общественностью»

В рамках итоговой аттестации (зачета) может быть проверена сформированность всех компетенций дисциплины.

К комплексу экзаменационных (зачет) билетов прилагаются разработанные преподавателем критерии оценки по дисциплине.

Критерии оценки ответов на экзаменационный билет:

Ответ на каждый экзаменационный вопрос оценивается от 0 до 20 баллов:

Оценку «отлично» — **20 баллов** на экзамене получают те студенты, которые дали полный, логически последовательный, аргументированный ответ на оба вопроса и перевели текст без погрешностей.

Оценку «хорошо» — **15 баллов** студент получает, когда он/она недостаточно полно и всесторонне осветил/а вопросы билета, затруднялся(лась) проанализировать проблемы, связанные с освещаемыми темами и имел(а) небольшие погрешности при переводе текста.

Оценку «удовлетворительно» — **9 баллов** студент получает в случае, если он/она не может полностью ответить на вопросы, недостаточно владеет материалом и при переводе допускает существенные лексические и грамматические ошибки.

Оценку «неудовлетворительно» — **ниже 8 баллов** студент получает в случае, если он/она плохо отвечает почти на все вопросы, не владеет материалом, не в состоянии перевести текст, не допустив при этом грубых ошибок.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Л.Н. Гишкаева

Заведующая кафедрой

иностраных языков

Название кафедры

Ю.Н. Эбзеева

инициалы, фамилия

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»
(РУДН)
Филологический факультет**

Дисциплина **Профессиональные коммуникации (иностраный язык)**

(наименование дисциплины)

Направление: 42.03.01 «Реклама и связь с общественностью»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

(в виде устного собеседования)

1. Реферирование текста

With the shifting of the political landscape, journalists must stay current with the question of fairness. You've probably heard the expression, This is the new normal. Which of course means the normal is shifting today. So, if the normal moves to the left or right, do journalists shift with it? Or do they maintain the standards that obtained in the past. Example: In the old days, Clinton would have been considered pretty far to the right. If Clinton advocates for a smaller cut to entitlement programs than his Republican rivals, do journalists consider him right of center, as he would have appeared in the 60s, or left of center, as he appears in light of Reagan. Likewise, if Nixon advocates minimal domestic spending, does that make him mainstream, as he would look today, or center right as he looked then. So journalists not only have to know where the new normal is, they must also evaluate that new normal for its benefit to the country and its service to the constitution.

Sputnik – одно из крупнейших международных СМИ, объединяющее мультимедийные страновые и региональные интернет-сайты на 32 языках, аналоговое и цифровое радиовещание на русском, английском, французском и других языках в более чем 90 городах мира и в интернете. Новостные ленты Sputnik круглосуточно поставляют информацию ведущим изданиям по всему миру на английском, арабском, испанском, китайском и фарси. Аудитория информационных ресурсов Sputnik составляет более 60 миллионов посетителей в месяц, количество подписчиков аккаунта Sputnik China в Вэйбо превышает 10 миллионов. В 22 редакционных центрах по всему миру от Пекина до Монтевидео работает свыше тысячи человек десятков национальностей. Sputnik входит в медиагруппу "Россия сегодня". Головной офис Sputnik находится в Москве.

За время работы в странах постсоветского пространства сайты Sputnik заняли лидирующие позиции среди местных СМИ благодаря новому и технологичному формату подачи контента. Порталы Sputnik в каждой из стран ближнего зарубежья представлены на национальном и русском языках, они также предоставляют читателю разнообразный мультимедийный контент: инфографику, видео, фоторепортажи, онлайн-эфир, интернет-голосования, подкасты.

2. Беседа с экзаменатором на предложенную тему.

(The freedom of speech: yellow journalism)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

(в виде устного собеседования)

1. Реферирование текстов

Independent journalism comes under attack for being biased, politically motivated, sometimes outright fabricated. Hard facts and good evidence are no longer enough to persuade a mind indisposed to persuasion. It's hard to avoid the conclusion that journalists must not only find the difficult truth, now they must also persuade readers that objective truth exists, and that it has value outside of one's agenda. This philosophical proposition—that objective truth exists—has never, so far as I know, formed any part of journalism's reason

for being. It's a very tough job making the argument that truth exists while simultaneously reporting on crime rates or congressional voting.

В журнале «Журналистика и медиарынок» вышел материал-дискуссия, посвященный дальнейшему положению региональных печатных изданий на рынке СМИ. Свои мнения высказали редакторы региональных, областных и районных газет.

Поводом для рассуждений выступил материал главного редактора газеты «Пензенская правда» Павла Шишкина о непростой судьбе районных газет и общих проблемах, которые сегодня переживают все региональные печатные СМИ. Редакторы различных изданий по всей стране подхватили дискуссию и высказали свои точки зрения на ситуацию в мартовском выпуске федерального журнала «Журналистика и медиарынок». Главный редактор «Областной газеты» Дмитрий Полянин стал автором одной из публикаций и поделился своим мнением о роли региональных газет.

- Если региональные газеты существуют, то это кому-то нужно. «Областная газета» приходит в дома более восьмидесяти тысяч семей. Цифра приличная, но недостаточная. Добираем на сайте и социальных сетях – это еще миллион в месяц. Но и этого мало. Если в регионе есть люди, которые хотя бы раз в месяц не приобщились к нашему контенту, то у нас сохраняются возможности для экстенсивного роста, - отметил главред на страницах журнала.

2. Беседа с экзаменатором на предложенную тему.
(The basic tasks of journalism)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3 (в виде устного собеседования)

1. Реферирование текста

What is the best way for a career in journalism? A pre-entry training at a college, university or training agency or “on-the-job”, that is, direct entry onto a newspaper, magazine, radio or television station? Both routes have their merits and drawbacks. Opinions within the industry vary as to what is the best method: some employers prefer direct-entry candidates who can then be trained in the house style; others consider that a pre-entry qualification in an educational establishment is desirable. Often a media organization will consider applicants from both types of entry dependent on their requirements at any given time. Are there any traditions of training in journalism in the United Kingdom and the United States? The British have always believed that the best way to learn about journalism is “on-the-job”. That was the dominant view in the industry at the beginning of the twentieth century. It remains largely the same at the start of the twenty-first. But there have been slight changes. After World War II the Royal Commission on the Press drew attention to the need for better trained journalists. However, it was not until the mid-1960s that any major programme of journalism training was launched.....

Интервью.....Но здесь же дается эта премия представителям The New York Times и The Wall Street Journal не за мнение, а за их расследование. В формулировке говорится: 18 месяцев велось расследование и вот они пришли к результату.

– Да, я совершенно с вами согласен, но у меня возникает вопрос: а почему 18 месяцев они вели это расследование? Ведь они же получили, понятное дело, указание, это же не они сами придумали. Они пришли к главному редактору и сказали «Вот такое-то дело», и главный редактор сказал: «Ну если эту с*ку – Трампа вы сможете вывести на чистую воду, то я вам даю свое благословение». Ведь это же совершенно очевидные вещи. И еще раз я говорю, я не сторонник Трампа, но посмотрите, что происходит в отношении Трампа в американской печати в течение того времени, что он у власти. Если убрать оттуда телеканал FOX, который занимает как раз противоположную позицию, то это сплошное обливание, обвинения.

2. Беседа с экзаменатором на предложенную тему.
(Journalism and social media. Social media and its impact on journalism)

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Л.Н. Гишкаева

Приложение 7
(рекомендуемое)

Оформление вопросов для опроса, собеседования

Кафедра иностранных языков филологического факультета

Вопросы для опроса, собеседования

по дисциплине **Профессиональные коммуникации (иностраный язык)**
(наименование дисциплины)

Опрос по теме проводится в устной форме, студентам предлагается ответить на ряд вопросов. Студент может ответить не более, чем на 1 вопрос, развернуто или кратко.

Порядок опроса — первый вопрос доступен для ответа всем студентам, после ответа ответивший студент не может отвечать на другие вопросы. Если никто из студентов не проявляет инициативы, преподаватель сам вызывает одного из студентов. После ответа студент не может отвечать на другие вопросы. После первого вопроса процедура повторяется, каждый раз студентов, которые могут быть вызваны для ответа, становится все меньше.

Вопросы доступны студентам заранее, возможность «распределения» вопросов не исключается.

Опрос рассчитан на группу до 15 человек, в случае большей численности группы — некоторые вопросы могут быть разбиты на 3 части.

Критерии оценки:

Верный развернутый ответ — 3 балла. Верным признается любой ответ, содержащий информацию, отраженную в источниках из списка основной и рекомендованной литературы, семинаров, достоверных источников. Развернутый ответ предполагает наличие структуры ответа, ссылки на источник, логики ответа и пояснений.

Верный краткий ответ — 2 балл. Верным признается любой ответ, содержащий информацию, отраженную в источниках из списка основной и рекомендованной литературы, семинаров, достоверных источников.

Краткий ответ — 1 балл. Предполагает непосредственно ответ на вопрос без дополнительных пояснений.

Неверный ответ — 0 баллов.

Компетенции: ОК 5, 10, 11, 12, 13, 14

Перечень вопросов:

Модуль 1: Journalism as profession

1. What do you think makes a good journalist? Give your reasons.
2. What ways of entry into the profession do you know?
3. What influenced your choice of the way of entering journalism?
4. In your opinion, are different qualities and different vocational training schemes necessary for a career in newspaper, magazine, radio and TV journalism?
5. What subjects do you think are obligatory for a journalist? Why.

Модуль 2: News, interviews, events

1. The only way for a career in journalism is “on-the-job” training.
2. The training of journalists in Britain is a relatively new phenomenon in comparison with that in the United States.
3. The first British university journalism course emerged in Wales.
4. Every school-leaver may be enrolled in a university course for journalism in Russia.
5. Sometimes qualifications for entry into journalism may be waived.
6. Traditions of training for journalism in the UK and the US are alike.
7. Journalism is becoming a more and more graduate profession.
8. Nowadays theoretical media courses are incorporating practical vocational elements in Russia.

Модуль 3: Mass Media, Freedom of the press

1. What is the most underrated problem in the job of a journalist (and reporters)?
2. What do front-line soldiers think about journalists?
3. What are the problems faced by journalists and how they can be resolved?
4. What would you like to see from journalists and reporters?
5. Are tech reporters true journalists?
6. Can journalists work without PR professionals?
7. Where is the best current place to work as a journalist or reporter?
8. What are "working journalists"?

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Л.Н. Гишкаева

Заведующая кафедрой

иностранн**ых** языков

Название кафедры



Ю.Н. Эбзеева

инициалы, фамилия

Кафедра иностранных языков филологического факультета

по дисциплине **Профессиональные коммуникации (иностраный язык)**
(наименование дисциплины)

**Комплект разноуровневых задач (заданий)
для выполнения домашнего задания**

Представленные задания объединяют в себе все три уровня:

- **репродуктивный**, позволяющий оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;
- **реконструктивный**, позволяющий оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;
- **творческий**, позволяющий оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.

Компетенции: ОК 5, 10, 11, 12, 13, 14

Критерии оценки:

(в соответствии с действующей нормативной базой)

В качестве механизма оценивания была выбрана 5 балльная система, в рамках которой преподавателю предлагается оценить качество выполнения домашнего задания.

В качестве критерия можно выбрать следующие показатели:

- самостоятельное выполнение заданий;
- работа с новой лексикой
- задания выполнены качественно и в полном объеме.

4-5 баллов получают те студенты, которые в полном объеме выполнили задания и выучили новую лексику.

2-3 балла получают те студенты, которые в полном объеме выполнили, но не до конца выучили новые слова.

1-2 балл получают те студенты, которые имели затруднения в выполнении заданий и лишь частично выучили новую лексику.

0 баллов студенты получают в случае, если они не выполнили задания.

HOW JOURNALISTS CAN BECOME BETTER INTERVIEWERS

Every day around the globe, journalists pick up the phone or head out of the newsroom. They meet someone, a stranger or a familiar contact. They take out a notebook or turn on a recording device. And then they perform two simple acts. They ask a question and they listen to the answer. An interview has begun. Interviewing is the heart of journalism. Yet too few journalists have ever received education or training in this critical skill. “No one ever teaches the journalist how to conduct an interview,” Courtney Herrig, a student at University of South Florida St. Petersburg, complained in a 2007 blog post. For most journalists the only way to learn is on the job, mostly through painful trial and error. How do you walk up to strangers and ask them questions? How do you get people — tight-lipped cops, jargon-spouting experts, everyday folks who aren’t accustomed to being interviewed — to give you useful answers? How do you use quotes effectively in your stories?

Get smart. If you want to flop as an interviewer, fail to prepare. All too often, journalists start an interview armed only with a handful of question scribbled in their notebooks. Take time, however short, to bone up on your subject or the topic you’ll be discussing. When former New York Times reporter **Mirta Ojito** interviews experts, “I try to know almost as much as they do about their subject, so it seems we are ‘chatting.’” she said by email. A. J. Liebling, a legendary writer for The New Yorker, landed an interview with notoriously tight-lipped jockey Willie Shoemaker. He opened with a single question: Why do you ride with one stirrup higher than the other? Impressed by Liebling’s knowledge, Shoemaker opened up.

Craft your questions. The best questions are open-ended. They begin with “How?” “What?” “Where?” “When?” “Why?” They’re conversation starters and encourage expansive answers that produce an abundance of information needed to produce a complete and accurate story. Closed-ended questions are more limited but they have an important purpose. Ask them when you need a direct answer: Did you embezzle the company’s money? Closed-ended questions put people on the record. The worst are conversation stoppers, such as double-barreled (even tripled-barreled) questions. “Why did the campus police use pepper spray on student protesters? Did you give the order?” Double-barreled questions give the subject a choice that allows them to avoid the question they want to ignore and choose the less difficult one. Craft questions in advance to ensure you ask ones that start conversations rather than halt them in their tracks. Stick to the script, and always ask one question at a time. Don’t be afraid to edit yourself. More than once, I’ve stopped myself in the middle of a double-barreled question and said, “That’s a terrible question. Let me put it another way.”

Listen up. The 1976 movie “All the President’s Men” focuses on two Washington Post reporters investigating corruption in the Nixon White House. At one point, Bob Woodward, played by Robert Redford, is on the phone with a Nixon fundraiser. Woodward asks how his \$25,000 check ended up in the Watergate money trail. It’s a dangerous question, and you see Woodward ask it and then remain silent for several agonizing moments, until the man on the other end of the phone finally blurts out incriminating information. The moral: Shut your mouth. Wait. People hate silence and rush to fill it. Ask your question. Let them talk. If you have to, count to 10. Make eye contact, smile, nod, but don’t speak. You’ll be amazed at the riches that follow. “Silence opens the door to hearing dialogue, rare and valuable in breaking stories,” says Brady Dennis of The Washington Post.

Empathize. A long-held stereotype about reporters is that they don't care about people, they just care about getting stories. If you can show sources that you have empathy — some understanding of their plight — they're more likely to open up to you. "Interviewing is the modest immediate science of gaining trust, then gaining information," John Brady wrote in "The Craft of Interviewing." "I am a human first," says Carolyn Mungo, executive news director at WFAA-TV. "People have to see that journalists are not just a body behind a microphone. Even if you have five minutes, don't rush, let them know you care," Mungo said by email.

Look around. Good interviewers do more than listen. "I always try to see people at home," says Rhode Island freelancer Carol McCabe, who fills her newspaper and magazine feature stories with rich detail gathered during interviews. "I can learn something from where the TV is, whether the set of encyclopedias or bowling trophies is prominently displayed, whether the guy hugs his wife or touches his kids, what clothes he or she wears at home, what's on the refrigerator door," McCabe said in a 1985 interview for "How I Wrote the Story."

Capture how people talk. The most powerful quotes are short, sometimes just fragments of speech. In a story about a two-car collision that killed two Alabama sisters traveling to visit each other, Jeffrey Gettleman of The New York Times used simple quotes that illustrated what the Roman orator Cicero called brevity's "great charm of eloquence." "They weren't fancy women," said their sister Billie Walker. "They loved good conversation. And sugar biscuits." Just 11 words in quotes, yet they speak volumes about the victims. Don't use every quote in your notebook to prove you did the interviews. That's not writing; it's dictation. Put your bloated quotes on a diet. Quotations, as Kevin Maney once said, should occupy a "place of honor" in a story. Don't just settle for quotes: Listen for dialogue, those exchanges between people that illuminate character, drive action and propel readers forward.

FREEDOM OF SPEECH

Freedom of speech is a principle that supports the freedom of an individual or a community to articulate their opinions and ideas without fear of retaliation, censorship, or legal sanction. The term "**freedom of expression**" is sometimes used synonymously but includes any act of seeking, receiving, and imparting information or ideas, regardless of the medium used.

Freedom of expression is recognized as a human right under article 19 of the Universal Declaration of Human Rights (UDHR) and recognized in international human rights law in the International Covenant on Civil and Political Rights (ICCPR). Article 19 of the UDHR states that "everyone shall have the right to hold opinions without interference" and "everyone shall have the right to freedom of expression; this right shall include freedom to seek, receive and impart information and ideas of all kinds, regardless of frontiers, either orally, in writing or in print, in the form of art, or through any other media of his choice". The version of Article 19 in the ICCPR later amends this by stating that the exercise of these rights carries "special duties and responsibilities" and may "therefore be subject to certain restrictions" when necessary "or respect of the rights or reputation of others" or "or the protection of national security or of public order (order public), or of public health or morals".

The idea of the "offense principle" is also used in the justification of speech limitations, describing the restriction on forms of expression deemed offensive to society, considering factors such as extent, duration, motives of the speaker, and ease with which it could be avoided.^[3] With the evolution of the digital age, application of the freedom of speech becomes more controversial as new means of communication and restrictions arise, for example the Golden Shield Project, an initiative by Chinese government's Ministry of Public Security that filters potentially unfavorable data from foreign countries.

Freedom of information

Freedom of information is an extension of freedom of speech where the medium of expression is the Internet. Freedom of information may also refer to the right to privacy in the context of the

Internet and information technology. As with the right to freedom of expression, the right to privacy is a recognised human right and freedom of information acts as an extension to this right. Freedom of information may also concern censorship in an information technology context, i.e. the ability to access Web content, without censorship or restrictions.

Freedom of information is also explicitly protected by acts such as the Freedom of Information and Protection of Privacy Act of Ontario, in Canada. Freedom of speech is understood to be fundamental in a democracy. The norms on limiting freedom of expression mean that public debate may not be completely suppressed even in times of emergency. One of the most notable proponents of the link between freedom of speech and democracy is Alexander Meiklejohn. He has argued that the concept of democracy is that of self-government by the people. For such a system to work, an informed electorate is necessary. In order to be appropriately knowledgeable, there must be no constraints on the free flow of information and ideas. According to Meiklejohn, democracy will not be true to its essential ideal if those in power are able to manipulate the electorate by withholding information and stifling criticism. Meiklejohn acknowledges that the desire to manipulate opinion can stem from the motive of seeking to benefit society. However, he argues, choosing manipulation negates, in its means, the democratic ideal.

Eric Barendt has called this defense of free speech on the grounds of democracy "probably the most attractive and certainly the most fashionable free speech theory in modern Western democracies". Thomas I. Emerson expanded on this defense when he argued that freedom of speech helps to provide a balance between stability and change. Freedom of speech acts as a "safety valve" to let off steam when people might otherwise be bent on revolution. He argues that "The principle of open discussion is a method of achieving a more adaptable and at the same time more stable community, of maintaining the precarious balance between healthy cleavage and necessary consensus." Emerson furthermore maintains that "Opposition serves a vital social function in offsetting or ameliorating (the) normal process of bureaucratic decay."

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Л.Н. Гишкаева

Заведующая кафедрой

иностраннх языков

Название кафедры



Ю.Н. Эбзеева

инициалы, фамилия

Кафедра иностранных языков филологического факультета

Комплект заданий для итоговой аттестации

**Итоговая аттестация по дисциплине «Профессиональные коммуникации
(иностраннх язык)»:**

Компетенции: ОК 5, 10, 11, 12, 13, 14

Критерии оценки:

1 упражнение

Баллы	Критерий оценки
0	Обучающийся не ответил на вопрос или ответ полностью неверен.
1	Обучающийся дал верный, достаточно полный ответ.
2	Обучающийся дал верный, развернутый, четкий и хорошо структурированный ответ, полностью раскрывающий вопрос.

2 упражнение – 4 балла (0,4 балла – за правильный ответ)

Максимальное количество баллов – 6.

3 задание – 20 баллов: (а) -10 баллов; б) – 10 баллов)

Матрица компетенций для контрольной работы:

№ вопроса	Оцениваемые компетенции
1	ОК 5, 10, 11, 12, 13, 14
2	ОК 5, 10, 11, 12, 13, 14

Задание 1

1. Перевести текст без использования словаря.

With the shifting of the political landscape, journalists must stay current with the question of fairness. You've probably heard the expression, This is the new normal. Which of course means the normal is shifting today. So, if the normal moves to the left or right, do journalists shift with it? Or do they maintain the standards that obtained in the past. Example: In the old days, Clinton would have been considered pretty far to the right. If Clinton advocates for a smaller cut to entitlement programs than his Republican rivals, do journalists consider him right of center, as he would have appeared in the 60s, or left of center, as he appears in light of Reagan. Likewise, if Nixon advocates minimal domestic spending, does that make him mainstream, as he would look today, or center right as he looked then. So journalists not only have to know where the new normal is, they must also evaluate that new normal for its benefit to the country and its service to the constitution.

2. Translate the following word combinations containing Participle I and Participle II:

Choose the correct form of Participle I or Participle II.

1. He was personally interested / interesting in the company.
2. It was a fascinated / fascinating experience.

3. The raising / raised public awareness of the role of mass media is very important.
4. I am not keen on watching TV. When I do it, I am really boring / bored.
5. Continuing / continued discovery of something new in life is very important for creative people.
6. The situation was terrifying / terrified that is why the worrying / worried administration cancelled the meeting.
7. In the USA specialized / specializing newsmen are preferable.
8. I am interested in the course of advancing / advanced practical journalism.
9. He was personally interested / interesting in the company.
10. It was a fascinated / fascinating experience.

3. Реферирование текста (устно)

A) With the shifting of the political landscape, journalists must stay current with the question of fairness. You've probably heard the expression, This is the new normal. Which of course means the normal is shifting today. So, if the normal moves to the left or right, do journalists shift with it? Or do they maintain the standards that obtained in the past. Example: In the old days, Clinton would have been considered pretty far to the right. If Clinton advocates for a smaller cut to entitlement programs than his Republican rivals, do journalists consider him right of center, as he would have appeared in the 60s, or left of center, as he appears in light of Reagan. Likewise, if Nixon advocates minimal domestic spending, does that make him mainstream, as he would look today, or center right as he looked then. So journalists not only have to know where the new normal is, they must also evaluate that new normal for its benefit to the country and its service to the constitution.

Б) Новостные ленты Sputnik круглосуточно поставляют информацию ведущим изданиям по всему миру на английском, арабском, испанском, китайском и фарси. Аудитория информационных ресурсов Sputnik составляет более 60 миллионов посетителей в месяц, количество подписчиков аккаунта Sputnik China в Вэйбо превышает 10 миллионов. В 22 редакционных центрах по всему миру от Пекина до Монтевидео работает свыше тысячи человек десятков национальностей. Sputnik входит в медиагруппу "Россия сегодня". Головной офис Sputnik находится в Москве.

За время работы в странах постсоветского пространства сайты Sputnik заняли лидирующие позиции среди местных СМИ благодаря новому и технологичному формату подачи контента. Порталы Sputnik в каждой из стран ближнего зарубежья представлены на национальном и русском языках, они также предоставляют читателю разнообразный мультимедийный контент: инфографику, видео, фоторепортажи, онлайн-эфир, интернет-голосования, подкасты.

Задание 2

1. Перевести текст без использования словаря.

Independent journalism comes under attack for being biased, politically motivated, sometimes outright fabricated. Hard facts and good evidence are no longer enough to persuade a mind indisposed to persuasion. It's hard to avoid the conclusion that journalists must not only find the difficult truth, now they must also persuade readers that objective truth exists, and that it has value outside of one's agenda. This philosophical proposition—that objective truth exists—has never, so far as I know, formed any part of journalism's reason for being. It's a very tough job making the argument that truth exists while simultaneously reporting on crime rates or congressional voting.

2. Open the brackets.

1. He (graduate) from the University in 2003. Then he (become) a newspaper reporter. Now he (work) for Channel One Russia. 2. When you (leave) school? – In 1995. And I (not, be) in my home town since then. 3. I (write) the report for 2 hours already. 4. you (choose) the department to study at? 5. you (know) John Smith? – Yes, I (know) him since he (enter) our department in 1999. 6. She (translate) the article by 5 p.m. yesterday, but she (not, send) it to the editor yet. 7. When I came into the newsroom, the editor (read) some papers. 8. Stop making such a noise! We (get) ready for the exam at the moment. 9. After the interviewee (answer) all the questions, the journalist took a picture of him. 10. You (speak) French very well. How long you (learn) it?

3. Реферирование текста (устно)

A) With the shifting of the political landscape, journalists must stay current with the question of fairness. You've probably heard the expression, This is the new normal. Which of course means the normal is shifting today. So, if the normal moves to the left or right, do journalists shift with it? Or do they maintain the standards that obtained in the past. Example: In the old days, Clinton would have been considered pretty far to the right. If Clinton advocates for a smaller cut to entitlement programs than his Republican rivals, do journalists consider him right of center, as he would have appeared in the 60s, or left of center, as he appears in light of Reagan. Likewise, if Nixon advocates minimal domestic spending, does that make him mainstream, as he would look today, or center right as he looked then. So journalists not only have to know where the new normal is, they must also evaluate that new normal for its benefit to the country and its service to the constitution.

Б) Sputnik – одно из крупнейших международных СМИ, объединяющее мультимедийные страновые и региональные интернет-сайты на 32 языках, аналоговое и цифровое радиовещание на русском, английском, французском и других языках в более чем 90 городах мира и в интернете. Новостные ленты Sputnik круглосуточно поставляют информацию ведущим изданиям по всему миру на английском, арабском, испанском, китайском и фарси. Аудитория информационных ресурсов Sputnik составляет более 60 миллионов посетителей в месяц, количество подписчиков аккаунта Sputnik China в Вэйбо превышает 10 миллионов. В 22 редакционных центрах по всему миру от Пекина до Монтевидео работает свыше тысячи человек десятков национальностей. Sputnik входит в медиагруппу "Россия сегодня". Головной офис Sputnik находится в Москве.

За время работы в странах постсоветского пространства сайты Sputnik заняли лидирующие позиции среди местных СМИ благодаря новому и технологичному формату подачи контента. Порталы Sputnik в каждой из стран ближнего зарубежья представлены на национальном и русском языках, они также предоставляют читателю разнообразный мультимедийный контент: инфографику, видео, фоторепортажи, онлайн-эфир, интернет-голосования, подкасты.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Л.Н. Гишкаева

Заведующая кафедрой
иностраных языков



Ю.Н. Эбзеева

Название кафедры

инициалы, фамилия

Кафедра иностранных языков филологического факультета

Комплект тестовых заданий (промежуточная аттестация)

по дисциплине «Профессиональные коммуникации (иностраный язык)»

Промежуточный тест по дисциплине:

Критерии оценки:

Верные ответы оцениваются в 0,4 балла (1 упр.).

Верные ответы оцениваются в 0,2 балла (2 упр.).

Неверные ответы оцениваются в 0 баллов.

Максимальная оценка за тест — 6 баллов.

Компетенции: ОК 5, 10, 11, 12, 13, 14

GRAMMAR TEST 1

Task 1 *Fill in the missing prepositions where necessary.*

1. The NCTJ is second-to-none ... setting the standards journalism training. 2. Apply directly... the editor of a regional or local newspaper employment as a trainee. 3. Trainee reporters and photographers are recruited directly by regional or local newspapers and carry on their basic training the terms of a training contract. 4. However, in recent years it has become rare a trainee to come ... the industry. 5. Most companies will register you the National Council for the Training of Journalists (NCTJ) and provide you a distance learning foundation course to study. 6. Most colleges will only grant places if the applicants have already been ... a brief work experience placement a newspaper. 7. Before applying a full-time course newspaper journalism it is essential that candidates establish the financial situation. 8. It is aimed ... people the financial means to attend NCTJ training courses.

Task 2 *Use the words in brackets in the Passive Voice.*

1. Foreign correspondents (to employ) by a media source in one country and stationed in a foreign land.
2. They comprise what (might, to describe) as the theory of journalism.
3. Newspaper and magazine stories in the period from 1897 to 1927 (to illustrate) with engravings.
4. The departments of Journalism (to create) at some Universities and special schools and courses (to organize).
5. The newspaper training (to build) around the newspaper in which a journalist (to employ).
6. The training (to hold) under the supervision of the editor.
7. Photojournalists widely (to employ) by all sources of media, including newspapers, magazines, and television.

Task 3 *Change the parts of the sentences using the Gerund.*

1. My friend suggested that we should take a distance training course.
2. She could not even think that a new edition of the magazine might be postponed.
3. When the editor-in-chief entered the room, he glanced curiously around.
4. I am told that you are very busy.
5. I remember that I have read this interview.
6. Thank you that you helped me.
7. Just before I left the room, I was approached by a cub-reporter who asked me to help him.

GRAMMAR TEST 2

Task 1 *Supply the blanks with the necessary prepositions.*

1. Journalism ... Russia dates... the first handwritten Russian newspapers.
a) in, back, to b) at, back, to c) in, ..., at
2. Education gives future journalists the necessary background their profession.
a) for b) to c) in
3. the Second World War, some departments ... journalism were established Universities ... the basis ... the Faculties of Philology.
a) after, at, ..., on, of b) after, of, at, on, of c) at, in, at, at, of
4. The largest center the training journalists in Belarus is the Faculty of Journalism ... the Belarusian State University ... Minsk.
a) at, in, at, in b) for, of, at, in c) for, of, at, in
5. The central purpose journalism is to provide citizens accurate and reliable information they need to function a free society.
a) of, of, in b) in, with, for c) of, with, in
6. Journalists rely a professional discipline verifying information.
a) on, for b) at c) in, with
7. There is a serious need top-quality editors.
a) in b) ... at c) for
8. Journalism ... Russia dates... the first handwritten Russian newspapers.
a) in, back, to b) at, back, to c) in, ..., at

1	2	3	4	5	6	7	8

Task 2 *Transform the following Active constructions into Passive ones.*

1. Our correspondent has reported an improvement in the situation. 2. The Daily Mirror might release this news as a scoop tomorrow. 3. The reporter will interview him at the airport. 4. The Browns don't read this tabloid. 5. Lord Reith founded the BBC. 6. They were shooting live broadcasting when I entered the studio. 7. By the time they print the morning issue we will have broken the news by local TV.

Task 3 *Transform the following Passive constructions into Active ones.*

1. Information about our local correspondents has been recently received. 2. The article was strongly criticized by the editor. 3. A visitor may be surprised at a great variety of morning and evening papers in England. 4. The Financial Times has always been used by business circles for stock exchange data. 5. Has this tabloid ever been printed in your city? - No, but it has been printed and circulated in the capital. 6. The photographs of the young correspondent were not taken notice of by the visitors of the exhibition. 7. The Times has always been used by The Establishment for announcements of births, marriages and deaths.

Разработчиком является:

доцент кафедры иностранных языков

Л.Н. Гишкаева

Заведующая кафедрой

иностраных языков

Ю.Н. Эбзеева

Название кафедры

инициалы, фамилия

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Наименование дисциплины	Основы дизайна и композиции
Объем дисциплины	7 ЗЕ (252 час.)
Краткое содержание дисциплины Основной целью курса является формирование у студентов системного понимания дизайна как подхода для генерации креативных идей через изучение наиболее эффективных способов донесения визуальной информации до целевой аудитории. В процессе курса студенты знакомятся с основным инструментарием дизайнера (законы композиции, цвет, форма, пространство, элементы графического стиля); учатся развивать творческие, концептуальное мышление и общую визуальную культуру посредством изучения различных креативных методик; а также обучаются работе с программным обеспечением для создания растровой и векторной графики (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator).	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Графический дизайн (процессуалка)	Виды графики. Дизайн и искусство. Ареалл правильных дизайнеров, ориентиров: Дэвид Карсон, Сэл Басс, Стефан Загмайстер. Дизайн-мышление. Методы генерации идей: 4D-стимул, омега-мэппинг, визуальная матрица, колесо удачи, мозговой штурм, постель шляп мышления
Теория композиции	Основные категории композиции. Тектоника. Объемно-пространственная структура. Приемы композиции. Виды композиции.
Форма и пространство Искусство цвета	Позитивное пространство. Негативное пространство. Гештальтпсихология. Закон близости. Закон сходства. Характеристики цвета: цветовой тон, светлота и насыщенность. Драматические цвета. Хроматические цвета. Цветовые модели: RGB, CMYK.
Типографика	Классификация шрифтов: антиквенные, гротески или рубленые, акцидентные и декоративные. Леттеринг. Каллиграфия.
Сквозная система идентификации бренда (айдентика)	Айдентика – система констант, обеспечивающая единство восприятия компании: визуального (в этом случае мы говорим о визуальной айдентике), аудиального (здесь речь идет о вербальной айдентике)
Инфографика	Средства инфографики. Способы визуализации информации. По способу отображения инфографика подразделяется на следующие виды: 1) статичная инфографика; 2) динамическая инфографика.

Дизайн презентации	Четырехчастная структура: вступление, проблематизация, решение, заключение. Слайды выполняют четыре основные задачи: напоминать, впечатлять, объяснять и убеждать. Дизайн слайда включает: цвет, типографику, фотографию и диаграмму. Платформы для создания презентаций.
--------------------	---

Разработчик: кандидат филологических наук,
ассистент кафедры массовых коммуникаций Е. А. Осиповская

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций
профессор, доктор филологических наук



В.В. Барабаш

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ:
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Наименование дисциплины	Политический PR
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
I. Организационные структуры политического PR и избирательная кампания	Цели и задачи этой технологии. Кто осуществляет эту технологию. Организационные структуры политического менеджмента и маркетинга. Стратегическая цель, стратегия и тактика избирательной кампании. Цели, задачи и структура организационного ядра избирательной команды. «Кухонный кабинет» и его функции. Роль менеджера в выработке стратегической цели, стратегии и тактики избирательной кампании. Информационно-аналитическое управление. Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании. Оргмассовое направление.
II. Личный и социальный имидж. Политический имиджмейкинг. Имидж и стратегический образ.	Имидж в политическом PR и политической рекламе. Имидж и стратегический образ в политическом PR. Сбор сведений об участниках коммуникативного процесса и их аналитика. Региональная и страновая специфика избирательных технологий и формирование. Электорат и его изучение. Целевые группы электората. Фазы жизненного цикла человека и

	выбор политического товара. Электоральная возрастная дуга. Электоральная политическая дуга. Посилели стратегического образа и виртуальный стратегический образ. Каналы распространения стратегического образа. Технологии защиты стратегического образа и технологии атак на стратегический образ противника.
--	---

Разработчик: кандидат филологических наук,
доцент кафедры Р.А. Савастенко

Заведующий кафедрой
массовых коммуникаций, профессор,
д.филол. наук



В.В. Барабан

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01. Реклама и СО

Наименование дисциплины	<i>Психология управления</i>
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины Курс «Психология управления» направлен на формирование психологической грамотности и культуры будущего специалиста по связям с общественностью для успешной реализации профессиональной деятельности, с учетом того, что одним из видов профессиональной деятельности является также организационно-управленческая деятельность. Цель преподавания данного курса – ознакомление студентов с основными психологическими и социально-психологическими аспектами управления и коммуникации в производственном, творческом коллективе и с современными представлениями о роли и содержании психологического компонента управленческой деятельности. Фундаментальная задача – обеспечить понимание психологических закономерностей, проявляющихся в процессе межличностной и производственной коммуникации, а также в творческой деятельности специалиста по связям с общественностью. Практическая задача – изучение на основе предлагаемого теоретического и эмпирического материала принципов моделирования эффективной управленческой и информационно-коммуникационной деятельности и освоение ее технологии (методов, способов, приемов), что необходимо в контексте задач, стоящих перед работниками СМИ.	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел I: Основы психологии личности. Тема 1 «Объект и предмет психологии». Тема 2: «Социализация личности». Тема 3: «Классификация социальных ролей».	Тема 1. Лекция «Объект и предмет психологии». Организм, наделенный психикой, как продукт генетического развития, единства врожденного и приобретенного. Человек как социальное существо, использующее орудия, знаки и через них овладевающее собственным поведением и психологическими процессами. Человек как обладатель разума, воли, эмоций, чувств, потребностей, мотивов и т.д. Определение понятий индивид, личность, индивидуальность. Целостность психофизической организации, устойчивость во взаимодействии с окружающим миром и активность как наиболее общие характеристики индивида. Личность как субъект деятельности и отношений. Индивидуальности в чертах темперамента, характере, привычках, преобладающих интересах, в способностях, индивидуальном стиле деятельности и общения. Тема 2. «Социализация личности. Устойчивость и самооценка личности. Структура личности. «Черты личности» как основополагающий

	<p>элемент ее структуры. Черты личности относительно устойчивые и не устойчивые во времени. Самоуважение и самооценка.</p> <p>Определение понятия «социализация». Институты и агенты социализации на каждом периоде социализации личности. Этапы или стадии социализации. Понятия десоциализации и ресоциализации. Общение, самосознание и деятельность как основные сферы социализации. Психологические механизмы социализации: имитация, идентификация, чувство стыда и вины (З. Фрейд). Теория «зеркального Я» и концепция «обобщенного другого» Дж. Мура.</p> <p>Тема 3. «Классификация социальных ролей. Конфликты и стресс в организации». Определение понятий «роль» и «статус». Рольевая теория личности. Социальный статус и социальная роль. Межролевые и внутриролевые конфликты.</p>
<p>Раздел 2: Основные управленческие культуры</p> <p>Тема 1: «Основные понятия психологии управления».</p> <p>Тема 2: «Теории европейской и американской школы управления».</p> <p>Тема 3: «Практика американской и японской школ управления».</p>	<p>Тема 1. «Основные понятия психологии управления». Субъект и объект управления. Понятие социального управления как взаимодействия и взаимовлияние субъекта и объекта управления. Анализ основных управленческих структур.</p> <p>Тема 2. «Теории европейской и американской школ управления». Исторические предпосылки: бурное развитие промышленности, внедрение технологических процессов, повышение требований к организации предприятий. Возникновение науки управления. Вклад психологов, социологов и крупных менеджеров в европейскую и американскую школы управления. Теории американской школы управления. Школа научного управления. Школа человеческих отношений. Представители разных школ управления. Принципы производительности труда. Теории «X» и «Y».</p> <p>Тема 3. «Практика американской и японской школ управления». Этнический менталитет американцев. Принципы протестантской морали. Замкнутость американского общества. Управление на основе определения индивидуальных целей. Конкуренция, как основа экономики Америки. Личная и безличная конкуренция. Негативные явления, сопровождающие фактор конкуренции. Практика японской школы управления. Социальные ценности и культурные традиции японцев. Гармоничное сочетание современных методов, технологий и постоянного внедрения инноваций с традиционными ценностями и культурой. Японская модель управления производством и обществом. Сравнительный анализ американской и японской школ управления. Эффективность японского менеджмента.</p>
<p>Раздел 3: Практикум</p> <p>Составление психологического портрета студента. Индивидуальный подход в общении.</p>	<p>Выявление основных черт личности каждого студента. Обсуждение результатов.</p> <p>Индивидуальности в чертах темперамента, характера, привычках, преобладающих интересах, в способностях, индивидуальном стиле деятельности и общения.</p> <p>Тест на определение деловых ролей в организации. Обсуждение результатов теста.</p> <p>Тест на определение темперамента каждого студента. Обсуждение результатов теста.</p> <p>Тест на акцентуацию характера каждого студента. Обсуждение результатов теста.</p>

<p>Раздел 4: Малые группы Тема 1: «Виды групп. Социально-психологические явления в группе». Тема 2: «Руководство и лидерство». Стили руководства». Тема 3: «Мотивация и стимул как категории психологии управления». Тема 4: «Конфликты в организации. Стресс и здоровье руководителя».</p>	<p>Тема 1. Что такое малая группа. Почему мы объединяемся в группы. Понятие и признаки малой группы. Палочке поставленной совместной цели. Величина малой группы. Социально-психологические явления в группе: волевые, эмоциональные, мотивационные, интеллектуальные. Формы группового объединения и функции группы. Социально-психологическая структура группы: групповое мнение, групповое настроение, групповые традиции.</p> <p>Тема 2. Формальной группой управляет руководитель. Неформальной – лидер. Различия руководства и лидерства. Субъект межличностных отношений. Объект «официальных отношений». Сферы влияния и взаимодействия. Директивный стиль (авторитарный); Демократический стиль (коллегийный); Либеральный стиль (попустительский или анархический). Система методов воздействия руководителя на подчиненных. Десять типов руководителей.</p> <p>Тема 3. Мотивы человеческой деятельности. «ХУ—теория». Теория человеческих отношений. Трудовая мотивация определяется в первую очередь существующими в организации социальными нормами, а не физиологическими потребностями и материальными стимулами. Важнейший мотив высокой эффективности деятельности — удовлетворенность трудом, которая предполагает хорошую оплату, возможность служебного роста (карьеры), ориентацию руководителей на сотрудников, интересные содержание и перемену труда, прогрессивные методы организации труда. Внутри личностные теории. Процессуальные теории. Стимул и стимулирование деятельности.</p> <p>Тема 4: Конфликты в организации. Сущность конфликта и его структура. Виды конфликтов. Конструктивные и деструктивные конфликты. Причины конфликтов. Конфликтологическая компетентность руководителя. Групповые процессы. Способы разрешения конфликтных ситуаций. Стресс и здоровье руководителя.</p>
---	---

Разработчик: ст. преподаватель Палагиша И.В.

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций
доктор филологических наук, профессор



Барабан В.В.

*Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования «Российский университет дружбы
народов»*

**Филологический факультет
кафедра массовых коммуникаций**

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Наименование дисциплины:	Психология рекламы и PR
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел 1. Теоретические и методологические основы психологии рекламы и PR	В теме изучается предмет, задачи, теоретическая и практическая значимость курса; анализируется человек как объект рекламной коммуникации; выявляется типология рекламы, структура рекламного сообщения.
Раздел 2. Психические процессы в рекламе.	В разделе раскрываются базовые психические процессы, используемые в рекламной коммуникации с целью привлечения потребителя к продвигаемому продукту - ощущение, восприятие, внимание, память, эмоции, мышление, воображение. Теория вопроса сопровождается разбором рекламной продукции.
Раздел 3. Способы психологического воздействия в рекламе и PR	В разделе анализируются современные технологии психологического воздействия на потребителя - внушение, подражание, заражение, убеждение, стереотип, имидж, идентификация, НЛП. Теория вопроса сопровождается разбором рекламной продукции.

<p>Раздел 4. Психологическое манипулирование в рекламе</p>	<p>В разделе рассматривается психологическое манипулирование потребителем в условиях личностных продаж; выявляются психологические особенности проведения рекламных мероприятий.</p>
<p>Раздел 5. Этика рекламной коммуникации</p>	<p>В разделе обсуждаются этические проблемы психологического воздействия рекламы на потребителя с учетом закона о рекламе, функционирующего в РФ.</p>
<p>Раздел 6. Психологические ошибки в современной рекламе</p>	<p>В разделе выявляются и анализируются типичные психологические ошибки в производстве рекламного контента. Рассмотрение проблемы сопровождается разбором конкретной рекламной продукции.</p>

Разработчики:

доцент кафедры массовых коммуникаций

Мирошниченко Г.А.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Институт мировой экономики и бизнеса
экономического факультета

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
Междисциплинарный курс

Наименование дисциплины	Реклама и PR в современном мире
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Реклама в современном мире	Реклама как стратегическая коммуникация: цели и задачи рекламной деятельности. Каналы коммуникации: медийные (ТВ, радио, Интернет, пресса) и немедийные коммуникации. Аудитории современной рекламы Инструменты современной рекламы
PR в современном мире	PR как стратегическая коммуникация: цели и задачи, этапы PR-деятельности. Каналы коммуникации и аудитории современного PR Инструменты современного PR

Объем аннотации не должен превышать 2 стр.

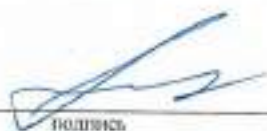
Разработчики:

канд. филос. наук, доц.
кафедры рекламы и бизнес-коммуникаций


подпись

Трубникова Н.В.

канд. филол. наук, ст. преп.
кафедры рекламы и бизнес-коммуникаций


подпись

Глаголева А.В.

канд. филол. наук, доц.
кафедры рекламы и бизнес-коммуникаций


подпись

Кузнецова Е.А.

Заведующий кафедрой
рекламы и бизнес-коммуникаций


подпись

Трубникова Н.В.

ABSTRACT OF ACADEMIC DISCIPLINE

Educational program
Interdisciplinary course

Name of course	Advertising and PR in the modern world
Volume of course	3 credits (108 hours)
Summary of the discipline	
The name of the parts (topics) of the discipline	Summary of the parts (topics) of the subject
Advertising in the modern world	Advertising as strategic communication: goals and objectives of advertising. Communication channel: media (TV, radio, Internet, press) and non-media communications. Audiences of modern advertising. The tools of current advertising.
PR in the modern world	PR as strategic communication: goals, objectives and the stage of PR activities. Communication channel and audiences of modern PR. The tools of current PR.

Authors:

candidate of philosophical Science, associate professor
Department of advertising and business communications


signature Trubnikova N.V.

candidate of philological Sciences, senior lecturer
Department of advertising and business communications


signature Glagoleva A.V.

candidate of philological Sciences, associate professor
Department of advertising and business communications


signature Kuznetsova E.A.

Head of Department of advertising and business communications

_____ department title


signature Trubnikova N.V.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет
кафедра массовых коммуникаций

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование дисциплины	Социология массовых коммуникаций
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел 1. Социология МК: введение в предмет	В теме дается определение массовой коммуникации, выявляется ее специфика, закономерности, социологический аспект. Вводится понятие "социологическое исследование в МК", дается характеристика социологических исследований МК по уровням, целям, связям с практикой, характеру организации, масштабам проведения
Раздел 2. Современный рынок социологических исследований	В теме раскрываются этапы и закономерности становления российского рынка социологических исследований в МК; выявляется специфика этапов и особенности российских и западных измерителей СМИ.
Раздел 3. Процедура социологического исследования	В теме раскрывается стандартная процедура социологического исследования, представляющая собой совокупность практических действий по получению в соответствии с принятыми правилами необходимых данных о свойствах множества единичных объектов; выделяются и описываются этапы процедуры социологического исследования, анализируются современные технологии.
Раздел 4. Методы сбора эмпирической информации	В теме рассматриваются общесоциологические методы сбора информации, позволяющие получить фактическую информацию об аудитории МК.
Раздел 5. Исследовательские методики и техники изучения аудитории печатных СМИ	В теме рассматриваются практикуемые исследовательские методики и техники изучения аудитории и контента печатных СМИ,

<p>Раздел 6. Социологические методы исследования на радио.</p> <p>Раздел 7.</p> <p>Раздел 8. Социологические методы исследования в интернете.</p> <p>Раздел 9. Социологические методы исследования в рекламе.</p> <p>Раздел 10. Мониторинг как вид социологических исследований в рекламе</p>	<p>позволяющие измерить объем аудитории изданий, выявить социально-демографические характеристики, потребительские предпочтения аудитории.</p> <p>В теме рассматриваются методы социологического исследования «Radio Index», позволяющего измерить объем аудитории радиостанций, изучить социально-демографические характеристики и тематические предпочтения аудитории радио в России;</p> <p>В теме рассматриваются опросные и аппаратные методики, позволяющие составить <i>Index-TV</i>; измерить объем телеаудитории, изучить социально-демографические характеристики телезрителей их предпочтения; определить рейтинг телепрограмм и телеканалов.</p> <p>В теме изучаются: практикуемые в МК техника «<i>hosts</i>», «<i>hits</i>», «<i>cookies</i>» аккумулирующие информацию о пользователях Интернет.</p> <p>В теме изучаются социологические методы измерения коммуникативной эффективности рекламы по следующим стандартным показателям: «узнаваемость рекламы»; «запоминаемость рекламы»; «притягательность рекламы»; «сила воздействия рекламы»; практикуемые методики оценки эффективности рекламы по указанным показателям</p> <p>В разделе изучается мониторинг как вид социологического наблюдения, позволяющего осуществлять контроль за ходом рекламной кампании с целью анализа результатов ее эффективности</p>
--	---

Разработчики:

доцент кафедры массовых коммуникаций

Мирошниченко Г.А.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Создание инноваций для повышения качества жизни (создание новых товаров и услуг)»

для междисциплинарного модуля

Наименование дисциплины	Создание инноваций для повышения качества жизни граждан (создание новых товаров и услуг)
Объем дисциплины	3 ЗЕ (9 недель, 2 ак.ч. лекций и 2 ак.ч. практических (семинарских) занятий в неделю)
Цель дисциплины	Используя техники
Планируемые результаты обучения:	
<i>Знать</i>	Способы и технологии создания новых продуктов для свободного рынка и формирования инновационной концепции товаров и услуг для повышения качества жизни общества.
<i>Уметь</i>	Создавать новые товары и услуги ориентированные на потребителей свободного рынка.
<i>Владеть</i>	Навыками создания новых товаров и услуг для рынка, основами изобретательских технологий.
Наименование разделов (тем) дисциплины	Краткое описание разделов (тем) дисциплины (по лекциям/практическим (семинарским) занятиям)
<i>Раздел 1</i> <i>Разработка mind-карты для нового продукта</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Макро- и микро- среда инноваций.2. Формирование Asking Project для определения поставленных инновационных задач.3. Система включения фокуса на целевую аудиторию.4. Технология Special Space for One Product.5. Подготовка вопросов к формулировке mind-карты.6. Разработка mind-карты.
<i>Раздел 2</i> <i>Применение практических сессий брейнсторминга для создания инноваций</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Формирование команды для продуктового инновационного процесса.2. Современные процессы поиска идей для создания инноваций.3. Семь подходов к концепции к изобретению нового продукта.4. 30 практических сессий брейнсторминга для поиска идей (семинарские и практические занятия).5. 6 этапов Gate-Stage процесса IMS.
<i>Раздел 3</i> <i>Особенности ввода на рынок новых товаров и услуг</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Определение свободного рынка и постановка решения продуктовой задачи.2. Концептуализация изобретательских задач в продуктовом аспекте.3. Характеристика решений по проектам.

	<ol style="list-style-type: none"> 4. КФУ продуктового проекта. 5. Инвестиционный потенциал инвестора. 6. Вывод товаров и услуг на рынок (механизм коммерциализации IMS). 7. Расчет инновационных метрик для экономического потенциала продукта и его жизни на рынке. 8. Психология будущих продаж и философия проекта историй продукта. 9. Бизнес-план для инноваций.
<p>Раздел 4 Способы охраны интеллектуальной собственности</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Виды объектов интеллектуальной собственности. 2. Регистрация объектов интеллектуальной собственности (патентование, авторское право, регистрация ТЗ) 3. Методы охраны ОИС.

Руководитель авторского коллектива



А.Г. Литвинова

Дата заполнения «30» января 2019 г.

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования «Российский университет дружбы
народов»

Филологический факультет РУДН
кафедра массовых коммуникаций
АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Образовательная программа
(420301) Реклама и связи с общественностью**

Наименование дисциплины	Социология рекламы
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел 1. Теоретические и методологические основы социологии рекламы.	В разделе рассматриваются предмет, задачи, теоретическая и практическая значимость курса.
Раздел 2. Планирование рекламной деятельности.	В разделе дается представление о структуре рекламного бюджета, содержании ключевых статей бюджета; описываются методы составления рекламного бюджета.
Раздел 3. Методы тестирования рекламы.	В разделе изучаются практикуемые методики тестирования коммуникативной и экономической составляющих эффективности рекламы..
Раздел 4. Сегментирование рынка и поиск целевых аудиторий.	В разделе изучаются основные принципы сегментирования потребительского рынка, его составляющие, базовое содержание областей.
Раздел 5. Исследования восприятия торговой марки.	В разделе рассматриваются основные методы исследования торговой марки.

Раздел 6. Анализ рекламы конкурентов	В разделе дается представление о специфике конкуренции на рынке рекламы, рассматривается существующая типология, анализируются показатели и способы анализ рекламной деятельности конкурентов.
Раздел 7. Тестирование преимуществ товара и рекламного замысла.	В разделе изучаются методы тестирования преимуществ товара и рекламного замысла.
Раздел 8. Медиа-измерения и выбор средств рекламы.	В разделе дается обзор основных методик медиа-измерений средств рекламы.
Раздел 9. Контроль за рекламной кампанией и оценка ее эффективности.	В разделе изучаются методы тестирования эффективности этапов проведения рекламной кампании.

Разработчики:

доцент кафедры массовых коммуникаций

Мирошниченко Г.А

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Юридический институт

АННОТАЦИЯ¹

Образовательная программа МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО МОДУЛЯ
СТАРТАП: ПРАВОВАЯ ПОМОЩЬ В ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА

Наименование дисциплины	Стартап: правовая помощь в организации бизнеса
Объем дисциплины	3-3Е (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1. Общие положения об организации бизнеса	Что такое бизнес? Идея для бизнеса – где взять? Модели бизнеса: малый, средний, крупный бизнес. Готовые модели бизнеса. Франшиза. Бизнес- план, его основное содержание.
2. Основные правовые формы организации бизнеса	Основные и специальные законы, регулирующие деятельность предпринимателей в РФ. Локальные нормативные акты. Понятие и признаки и предпринимательской деятельности. Индивидуальные предприниматели и самозанятые граждане: особенности правового статуса. Понятие и признаки юридического лица. Основные формы коммерческих организаций,
3. Налоговые режимы предпринимателей	Выбор системы налогообложения. Налоговые режимы, их особенности, условия применения: общая система налогообложения, упрощенная система налогообложения, ЕНВД, патентная система налогообложения, ЕСХН. Обязательные платежи в специальные внебюджетные фонды: понятие, виды, размер отчислений.
4. Получение статуса предпринимателя. Порядок создания и регистрации коммерческой организации	Условия и порядок регистрации индивидуального предпринимателя. Этапы создания коммерческой организации. Решение о создании юридического лица: порядок принятия, содержание. Государственная регистрация юридического лица: документы, необходимые для регистрации, порядок регистрации. Единый государственный реестр юридических лиц. Лицензирование отдельных видов деятельности: понятие, значение, порядок осуществления.

<p>5. Учредительные и внутренние документы юридического лица</p>	<p>Устав юридического лица, его структура и основное содержание. Типовые уставы.</p> <p>Формирование уставного капитала: понятие значение, минимальные размеры. Имущественные взносы участников: виды вносимого имущества, определение размера участия.</p> <p>Открытие счетов юридического лица: понятие, виды, порядок.</p> <p>Внутренние документы организации: положения, регламенты.</p> <p>Фирменные наименования, коммерческие обозначения, товарные знаки и иные средства индивидуализации предпринимателей в гражданском обороте.</p>
<p>6. Управление деятельностью юридического лица</p>	<p>Органы юридического лица: Понятие, функции, виды, компетенция.</p> <p>Основания и условия привлечения к ответственности генерального директора, членов коллегиальных органов, учредителей (участников) юридического лица, иных лиц за убытки, причиненные ими юридическому лицу.</p>
<p>7. Правовое обеспечение кадровой политики в бизнесе</p>	<p>Порядок использования наемных работников индивидуальными предпринимателями.</p> <p>Понятие и виды трудового договора, его основные и факультативные условия. Заключение трудового договора, порядок приема на работу. Трудовая книжка.</p> <p>Правила организации трудовой деятельности работников. Рабочее время и время отдыха работника.</p> <p>Порядок выплата заработной платы</p> <p>Гарантии и компенсации, предоставляемые работникам: понятие, виды, формы.</p>
<p>8. Ответственность предпринимателей</p>	<p>Понятие ответственности предпринимателей и условия ее наступления.</p> <p>Имущественная ответственность. Ответственность за нарушение налогового законодательства.</p> <p>Административная ответственность Уголовная ответственность.</p>

Разработчики:

к.ю.н., доц. кафедры гражданского права и процесса и международного частного права

 Ивановская Н.В.

Заведующий кафедрой
гражданского права и процесса
и международного частного права
д.ю.н. проф.

 Фролова Е.Е.

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень: бакалавриата)

(наименование и код специальности программы специализации)

Наименование дисциплины	Стереотипы в МК
Объем дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Раздел 1. Общая терминология, основные понятия курса, а также их связь с деятельностью в области массовых коммуникаций; «журналистика», (journalism); «связи с общественностью» / PR (Public Relations); «реклама» (advertising) и др.	Тема 1. Определения понятия «массовые коммуникации» (mass communication), а также история становления дисциплины и областей деятельности, входящих в массовые коммуникации: «журналистика», (journalism); «связи с общественностью» / PR (Public Relations); «реклама» (advertising) и др. Тема 2. Функции массовых коммуникаций в обществе, возможности использования знаний о специфике массовых коммуникаций в различных отраслях жизни, деятельности, бизнеса. Аспекты, связанные со стереотипизацией. Тема 3. Работа в области массовых коммуникаций: заказчик – целевая аудитория (target group), принципы их взаимодействия. Суть инвентаризационной деятельности в массовых коммуникациях. Использование стереотипов и архетипов. Понятие «архетип» и теория архетипов швейцарского психологика и философа К.Г. Юнга (Carl Gustav Jung).
Раздел 2. Явления «стереотип» и «стереотипизация» применительно к работе в области массовых коммуникаций: освоение практических навыков.	Тема 1. Суть понятий «стереотип», «стереотипизация» и «архетип»: историческое развитие и практические сферы применения. Тема 2. Стереотипы и стереотипизация применительно к работе с текстами (копирайтинг; англ. copywriting). Тема 3. Стереотипы и стереотипизация как технология продвижения (promotion) в маркетинге и массовых коммуникациях.
Раздел 3. Креативная и творческая деятельность как противопоставление стереотипным	Тема 1. Творческая деятельность в массовых коммуникациях. Тема 2. Изучение творческих подходов и техник, которые можно использовать в массовых коммуникациях: «мозговой штурм» (brainstorming); метафоричность мышления (например, «сравнито

технологиям: освоение практических навыков.	шесть шляп» Six Thinking Hats); ассоциативность мышления и др. Тема 3. Соотношение творческой, креативной, а также стереотипной деятельности в области массовых коммуникаций.
--	--

Разработчики:

доцент кафедры массовых коммуникаций
кандидат философских наук Е.А. Иванова

Заведующий кафедрой

массовых коммуникаций,
доктор филологических наук профессор



В.В. Барабаш

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата)
(наименование образовательной программы (профиль))

Наименование дисциплины	Техника и технология СМИ
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1. Типология технологий, применяемых в СМИ	Необходимость типологического деления видов технологий. Основные группы технологических процессов, их системные характеристики, особенности и области применения. Аудитория СМИ, базирующихся на данных технологиях. Цифровые и аналоговые системы, область применения.
2. Выразительные средства, реализуемые данными технологическими группами и возможности их использования в производстве информационного продукта	Выразительные средства радиовещания, телевидения, аудиовизуальных СМИ и сетевых технологий. Особенности восприятия рекламных и информационных текстов, выбор изобразительной палитры. Каналы распространения текстов. Их возможности, особенности, недостатки. Оптимизация канала распространения и продвижения. Цифровые и аналоговые каналы. Стандартизация параметров каналов. «Сжатие» объемов информации.
3. Основные технологические этапы производства информационных текстов в электронных и сетевых СМИ.	Подготовительный, производственный, монтажно-тонировочный этапы производства. Выпуск произведенного текста в каналы распространения. Графы алгоритмов основных технологий.
4. Интернет в качестве нового информационного канала 4.1. Роль Интернета в современном обществе.	Сферы применения всемирной сети в бизнесе компании. Краткая история интернет-журналистики. Характеристики и уникальные особенности. Специфика сегментаций пользователей интернет-рекламы и PR. Принципы интернет-рекламы (двухступенчатая модель), нестандартные сценарии взаимодействия с аудиторией. Рекламные носители (классификация и особенности).
4.2. Принципы построения сети.	Устойчивость к отказам. Маршрутизация. Аналогия с работой почтовых служб. Доменная система.
4.3. Способ передачи информации.	Интернет в классической модели «источник-сообщение-получатель». Особенности размещения информации в Интернете. Виды информации в сети. Сайты, файлообменники и пр.

4.4. Интернет-сфера.	Виды интернет-СМИ: Электронные версии традиционных СМИ. Профильные интернет-СМИ. Социальные СМИ. Базы данных. Агрегаторы новостей. Агрегаторы трафика.
4.5. Сходство и различие с традиционными СМИ.	Периодичность и текущий номер. Тираж и тиражирование. Аудитория. Пролонгированность. Оперативность. Атрибуты традиционной журналистики.
4.6. Оценка Интернет-аудитории, реклама в Интернет-СМИ.	Возможности изучения посетителей сайта. Оценка сайтов с точки зрения рекламодателя. Веб аналитика: анализ сайта, постклик анализ, настройка счетчика, тестирование страниц. Контекстная реклама. Аудит рекламных компаний. Медийная реклама PR. Дизайн сайта.
4.7. Медиапланирование и размещение информационных и рекламных текстов в сети, сопутствующие мероприятия.	Критерии отбора ресурсов, схемы и времени размещения. Ценовые модели размещения рекламы в сети. Скидки и ценовая политика площадок и агентств. Системы управления рекламой. Оценка эффективности рекламных кампаний: <ul style="list-style-type: none"> • критерии эффективности; • методология сбора и анализа данных; • инструментарий.
4.8. Составляющие рекламной или PR кампании в Интернете.	Средства интернет-рекламы. Брендинг и его значение для Интернета. Этапы проведения кампании в Интернете.
4.9. Веб-сайт как инструмент продвижения информации	Баннерообменные сети. Информационная составляющая. Функциональность сайта. Usability. Дизайн - визуальное воплощение. Техническая реализация. Маркетинговая составляющая.
4.10. PR в Интернете.	Становление и развитие рынка PR-услуг on-line в России. Задачи, решаемые PR специалистами в Интернете. Базовые технологии PR on-line. Сетевые технологии распространения неформального мнения. Целевые аудитории, достижимые посредством использования Интернета как канала массовых коммуникаций.
5. Сопоставительный анализ современных электронных и сетевых технологий в производстве информационных и рекламных текстов, их размещении и продвижении в СМИ.	Основные базовые характеристики технологий. Перспективы их развития. Выбор и оптимизация технологий для реализации PR-компаний и рекламных проектов.

Разработчики:

- доцент Курса «Современные технологии СМИ и МК» А.Н.Широбоков;
- ст. преподаватель Курса «Современные технологии СМИ и МК» А.О.Бахус

Заведующий Курсом «Современные технологии СМИ и МК»



А.Н.Широбоков

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование дисциплины	Технология производства развлекательных программ на ТВ
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Теоретические и практические аспекты создания современных развлекательных телепередач.	Курс формирует у студентов представление об эволюции телевидения как креативной индустрии и института развлечения, систематизирует уже известные факты в историко-телевизионной последовательности и дополняет их новыми знаниями. Курс рассматривает следующую тематику развлекательного телевидения: 1. Эволюция юмористических программ 2. Эволюция музыкальных программ 3. Эволюция телевикторин. 4. Эволюция спортивно-развлекательных программ 5. Эволюция потребительских программ и т.д.

Разработчики:

преподаватель

Бакунев В.В.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

филологический факультет
АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	Технологии производства в рекламе и СО
Объём дисциплины	7 ЗЕ, (252 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1 – Введение. Происхождение коммуникативной деятельности.	Биологические предпосылки коммуникативной деятельности: целесообразное адаптивное поведение животных. Групповое и индивидуальное, деятельность и intersubjectность в поведении животных и человека. Гипотезы происхождения языка: деятельностьная, междометная, теория звукоподражания, теория трудовых выкриков и др. Выготский о становлении человеческого языка.
2 Моделирование коммуникации: основные подходы.	Линейные и нелинейные модели. Модель Шеннона – Уивера. Формула Г. Лассуэлла 5W. Маршалл Маклюэн: медиа есть сообщение. Коммуникация как равнообъемный аналог всей человеческой истории и всей человеческой культуры. «Понимание медиа» и «Галактика Гуттенберга» Маршалла Маклюэна. Мануэль Кастельс и его «Галактика интернета». Коммуникация как пространство потоков. (чит)
3 Коммуникация как процесс и пространство.	Критерии различения коммуникации. По S и O. По способу осуществления. По способу контакта. По масштабу. По направленности. Особенности глобальной коммуникации. Коммуникативное пространство и его параметры: длительность и плотность. Коммуникативный акт, единицы анализа коммуникации. Участники коммуникации. Коммуникативная среда как среда обитания человека. Уровни коммуникации: физический, социальный, психологический,

<p>4 Носители информации. СМК и СМИ, сходство и различие. Масс-медиа – как институт, сфера деятельности, рынок, агент влияния в системе социальных отношений. «Мир как медиа».</p> <p>5 Типы коммуникации. Место мифа в человеческой коммуникации.</p> <p>6 Виды коммуникации. Вербальная коммуникация. Виды невербального общения. Структура невербальной коммуникации.</p> <p>7 Барьеры в коммуникации. Роль восприятия в процессе коммуникации.</p>	<p>информационный. Понятие дискурса. Возможные виды дискурсов, их корреляция со сферами человеческой жизнедеятельности.(чит)</p> <p>Носители информации. СМК и СМИ, сходство и различие. Масс-медиа – как институт, сфера деятельности, рынок, агент влияния в системе социальных отношений. «Мир как медиа». Культ видимости в современном мире. Черты современных масс-медиа: вездесущность, быстроедействие, воспроизводимость, общедоступность.</p> <p>Типы коммуникации: познавательная (информационная), экспрессивная, убеждающая, суггестивная (внушающая), ритуальная, перформансная, мифологическая коммуникация. Место мифа в человеческой коммуникации. Мирча Элиаде и Ролан Барт о мифе. Структура мифа по Р.Барту.</p> <p>Вербальная коммуникация. Знак и значение в вербальной коммуникации. Семиотика, синтактика, семантика, прагматика. Виды невербального общения. Структура невербальной коммуникации.</p> <p>Барьеры в коммуникации. Роль восприятия в процессе коммуникации. Особенности интерперсонального общения. Барьеры в межличностных коммуникациях. Карл Леонгард об акцентуированных личностях.</p>
--	--

Разработчики:

преподаватель кафедры массовых коммуникаций

Камоза Т.М.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

филологический факультет
АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	<i>Теория и практика массовой коммуникации</i>
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1 – Введение. Происхождение коммуникативной деятельности.	Биологические предпосылки коммуникативной деятельности: целесообразное адаптивное поведение животных. Групповое и индивидуальное, деятельность и intersubjectность в поведении животных и человека. Гипотезы происхождения языка: деятельностьная, междометная, теория звукоподражания, теория трудовых выкриков и др. Выготский о становлении человеческого языка.
2 Моделирование коммуникации: основные подходы.	Линейные и нелинейные модели. Модель Шеннона – Уивера. Формула Г. Лассуэлла 5W. Маршалл Маклюэн: медиа есть сообщение. Коммуникация как равнообъемный аналог всей человеческой истории и всей человеческой культуры. «Понимание медиа» и «Галактика Гуттенберга» Маршалла Маклюэна. Мануэль Кастельс и его «Галактика интернета». Коммуникация как пространство потоков. (чит)
3 Коммуникация как процесс и пространство.	Критерии различения коммуникации. По S и O. По способу осуществления. По способу контакта. По масштабу. По направленности. Особенности глобальной коммуникации. Коммуникативное пространство и его параметры: длительность и плотность. Коммуникативный акт, единицы анализа коммуникации. Участники коммуникации. Коммуникативная среда как среда обитания человека. Уровни коммуникации: физический, социальный, психологический,

<p>4 Носители информации. СМК и СМИ, сходство и различие. Масс-медиа – как институт, сфера деятельности, рынок, агент влияния в системе социальных отношений. «Мир как медиа».</p> <p>5 Типы коммуникации. Место мифа в человеческой коммуникации.</p> <p>6 Виды коммуникации. Вербальная коммуникация. Виды невербального общения. Структура невербальной коммуникации.</p> <p>7 Барьеры в коммуникации. Роль восприятия в процессе коммуникации.</p>	<p>информационный. Понятие дискурса. Возможные виды дискурсов, их корреляция со сферами человеческой жизнедеятельности.(чит)</p> <p>Носители информации. СМК и СМИ, сходство и различие. Масс-медиа – как институт, сфера деятельности, рынок, агент влияния в системе социальных отношений. «Мир как медиа». Культ видимости в современном мире. Черты современных масс-медиа: вездесущность, быстроедействие, воспроизводимость, общедоступность.</p> <p>Типы коммуникации: познавательная (информационная), экспрессивная, убеждающая, суггестивная (внушающая), ритуальная, перформансная, мифологическая коммуникация. Место мифа в человеческой коммуникации. Мирча Элиаде и Ролан Барт о мифе. Структура мифа по Р.Барту.</p> <p>Вербальная коммуникация. Знак и значение в вербальной коммуникации. Семиотика, синтактика, семантика, прагматика. Виды невербального общения. Структура невербальной коммуникации.</p> <p>Барьеры в коммуникации. Роль восприятия в процессе коммуникации. Особенности интерперсонального общения. Барьеры в межличностных коммуникациях. Карл Леонгард об акцентуированных личностях.</p>
--	--

Разработчики:

преподаватель кафедры массовых коммуникаций

Камоза Т.М.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Визуальный сторителлинг: от простых идей до мультимедийных проектов»

для междисциплинарного модуля

Наименование дисциплины	Визуальный сторителлинг: от простых идей до мультимедийных проектов
Объем дисциплины	3 ЗЕ (9 недель, 2 ак.ч. лекций и 2 ак.ч. практических (семинарских) занятий в неделю))
Краткое содержание дисциплины	
Цель дисциплины	Как удержать внимание аудитории, писать без шаблонов, оставаться остроумным и делать красивые презентации? Данный курс поможет студентам развить умение рассказывать и писать цепкие и живые истории с использованием приёмов сторителлинга и адаптировать их под разные медиаплатформы.
Наименование разделов	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Визуальный сторителлинг: теоретические аспекты	Понятия «сторителлинг», «повествование» и «нарратив». Структура сторителлинга. Tellability или ключевые свойства истории. Семь универсальных сюжетных схем. Трансмедийный сторителлинг: сюжетный мир, мультивселенная.
Визуальный сторителлинг: стереотипы и архетипы	Суть понятий «стереотип», «стереотипизация» и «архетип»: историческое развитие и практические сферы применения. Компоненты сторителлинга с учётом теории архетипов: трехактная структура, драматургический конфликт, герой, антагонист, волшебное средство, испытание.
Визуальный сторителлинг: в контексте презентаций	Феномен питчинга. Примеры успешных презентаций от Мартина Лютера Кинга «У меня есть мечта» и Стива Джобса «Три истории» до лучших выступлений на TED Talks. Сервисы и программы для создания мультимедийных историй.
Визуальный сторителлинг: журналистика и копирайтинг	Специфика эфирного ТВ. Эффект simultaneity (прямой эфир) и особенности коммуникации с аудиторией. Форматы современных ток-шоу и реалити-шоу. Телевизионная игра: от программы до игрового сообщества. Нарратив в геймифицированных проектах.

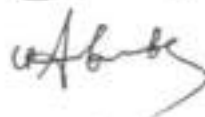
Разработчики:

Профессор кафедры
массовых коммуникаций



И.И. Волкова

Доцент кафедры массовых
коммуникаций



Е.А. Иванова

Ассистент кафедры
массовых коммуникаций



Е.А. Осиповская

**Заведующий кафедрой
массовых коммуникаций**



В.В. Барабаш

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

Введение в анализ данных

Наименование дисциплины	Введение в анализ данных
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 часов)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов дисциплины	Краткое содержание тем дисциплины:
Раздел 1. Введение, основные понятия анализа данных	Введение в анализ данных. Анализ данных в различных прикладных областях. Основные определения. Этапы анализа данных. Примеры прикладных задач и их типы: классификация, регрессия, ранжирование, кластеризация, поиск структуры в данных.
Раздел 2. Microsoft Office Excel. Применение встроенных функций Excel	Различные типы ссылок. Связывание листов и рабочих книг. Применение различных типов встроенных функций. Математические функции. Статистические функции. Функции ссылок и подстановки. Логические функции. Текстовые функции. Функции для работы с датами.
Раздел 3. Microsoft Office Excel. Форматы. Условное форматирование. Работа с большими табличными массивами	Форматы. Создание пользовательских форматов. Числовые форматы. Форматы даты и времени. Группы пользовательских форматов. Редактирование, применение и удаление форматов. Правила выделения ячеек. Гистограммы. Цветовые шкалы. Создание правила форматирования. Сортировка данных. Сортировка по одному критерию. Многоуровневая сортировка. Сортировка по форматированию. Фильтрация данных. Срезы. Расширенный фильтр. Подведение промежуточных итогов. Консолидация данных. Функции работы с данными. Особенности совместной работы

Раздел 4. Microsoft Office Excel. Сводные таблицы.	Создание сводных таблиц. Преобразование сводных таблиц. Фильтрация данных: фильтры, срезы, временная шкала. Настройка полей сводной таблицы. Добавление вычисляемых полей в сводную таблицу. Группировка полей в сводных таблицах. Сводные диаграммы. Обновление сводных таблиц и диаграмм
Раздел 5. Microsoft Office Excel. Формулы массивов.	Функции. Формулы массивов. Решение задач по извлечению данных из массива данных. Поиск по нескольким критериям. Использование именованных диапазонов в расчетах. Обработка данных с одного или нескольких листов.
Раздел 6. Microsoft Office Excel. Визуализация данных.	Диаграммы. Комбинированные диаграммы. Гистограмма с отображением итогов. Проектная диаграмма Ганта. Диаграмма сравнений Торнадо. Каскадная диаграмма (диаграмма отклонений Водопад). Иерархические диаграммы. Статистические диаграммы. Диаграммы с пользовательскими элементами управления.
Раздел 7. Microsoft Office Excel. Прогнозирование данных. Вариативный анализ "Что Если" и Оптимизация.	Выделение тренда: скользящее среднее, функции регрессионного анализа: ПРЕДСКАЗ, ТЕНДЕНЦИЯ, РОСТ. Построение линий тренда. Использование инструмента Таблица данных для анализа развития ситуации при 2-х переменных. Оценка развития ситуации и выбор оптимальной стратегии с помощью Сценариев. Решение однокритериальной задачи оптимизации с помощью Подбора параметра. Решение многокритериальных задач оптимизации с использованием надстройки Поиск решения
Раздел 8. Microsoft Office Excel. Обработка внешних баз данных	Импорт внешних данных: Web, Access, Text. Запросы (Microsoft Query) к внешним базам данных: Access, Excel.

Разработчики:

Руководитель программы
к.т.н., директор ДИТ УИТОиСТС



Шевцов В.В.

к.б.н. начальник отдела
ДИТ УИТОиСТС



Богданов А.К.

к.г.-м.н., доцент кафедры
информационных технологий
в непрерывном образовании УНИСОП



Ахмедзянов В.Р.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет/институт

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование дисциплины	<i>Введение в специальность</i>
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Предмет и объект PR PR в системе массовых коммуникаций, общества в целом PR-термины Отличия PR от смежных понятий (паблисити, пропаганда и др.) и дисциплин: рекламы, маркетинга, менеджмента; Использование PR-знаний в различных сферах жизни и бизнеса.	Тема 1. Определение “паблик рилейшнз” (PR). Тема 2. PR как наука и практика. Тема 3. Функции PR в обществе, возможности использования PR-знаний в различных отраслях бизнеса. Тема 4. Паблик рилейшнз (Public Relations) в системе массовых коммуникаций. Тема 5. PR-заказчик – целевая аудитория (target group): принципы их взаимодействия. Суть посреднической деятельности в PR. Тема 6. Сферы деятельности PR-специалиста. Тема 7. История PR. Тема 8. Этика в PR и проблемы правового регулирования. Тема 9. Подходы к PR. Тема 10. Источники и методы изучения PR. Тема 11. Принципы, цели и задачи PR. Тема 12. Стратегия, тактика в PR. Тема 13. Эффективность PR-деятельности. Тема 14. Этапы PR-деятельности.

Разработчики:

Профессор кафедры массовых коммуникаций
Заведующий кафедрой

Зубков Г.И.

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

к Положению о разработке и оформлении основной профессиональной образовательной программы высшего образования и учебно-методического комплекса дисциплины

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

филологический факультет

**АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
42.03.01.**

**Реклама и связи с общественностью
Профессиональные коммуникации (русский)
Образовательная программа**

Наименование дисциплины	Профессиональные коммуникации (русский)
Объём дисциплины	3 ЗЕ (108часов)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Тема 1. Смысловой анализ абзаца.	Средства выражения именного предиката. Выражение квалификации и характеристики предмета, лица, явления, процесса. Информационный центр предложения. Тема: журналистика как вид общественной деятельности. См. С.И. Дерягина «Русский язык для журналистов». Урок 1. Учебное пособие для журналистов.
Тема 2. Смысловой анализ предложения	Языковые средства для выражения определения понятия и раскрытия содержания термина. Работа с текстом № 1, отработка новых слов и словосочетаний, выделение основной информации. См. С.И. Дерягина «Русский язык для журналистов». Урок 1. Учебное пособие для журналистов.
Тема 3. Смысловой анализ текста.	Виды плана: вопросный план, номинативный план. Языковые средства для характеристики главных, отличительных качеств, свойств предмета, явления. Текст №2, работа с новыми словами и словосочетаниями, выделение основной информации, составление вопросного и назывного плана. См. С.И. Дерягина «Русский язык для журналистов». Урок 1. Учебное пособие для журналистов
Тема 4. Понятие тезисов.	Языковые средства для указания на принадлежность предмета, явления, лица к определенному классу. Активные и пассивные

	<p>конструкции в научной речи. Составление тезисов по тексту №2.</p> <p>См. С.И. Дерягина «Русский язык для журналистов». Урок 2. Учебное пособие для журналистов.</p>
<p>Тема 5. Конспектирование</p>	<p>Отличие конспекта от тезисов. Языковые средства для выражения классификации предметов, явлений. Конспектирование текста №3.</p> <p>См. С.И. Дерягина «Русский язык для журналистов». Урок 3. Учебное пособие для журналистов.</p>
<p>Тема 6. Структура учебного текста</p>	<p>Языковые средства для обозначения взаимовлияния и взаимодействия предметов. Тема: Современные СМИ. Работа с текстом №4.</p> <p>См. С.И. Дерягина «Русский язык для журналистов». Урок 4. Учебное пособие для журналистов.</p>

Разработчиком является
доцент кафедры русского языка и
методики его преподавания

Е.В. Полякова

Заведующий кафедрой
русского языка и
методики его преподавания

В.М. Шаклеин

к Положению о разработке и оформлении основной профессиональной образовательной программы высшего образования и учебно-методического комплекса дисциплины

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа
«Русский язык (делового общения)»

Наименование дисциплины	Русский язык (деловое общение)
Объём дисциплины	4 ЗЕ (144 часа)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1. Общение как инструмент профессиональной деятельности.	<u>Тексты:</u> Общение и коммуникация. Функции общения. Виды и формы общения. Этапы общения. Невербальные средства общения. Понятие делового общения. <u>Грамматический материал:</u> Лексические и синтаксические особенности аргументирующей речи. Способы введения аргументов в текст. Выражение причины в простом и сложном и предложении. Тренинг употребления падежных форм и глагольного управления. <u>Научный стиль:</u> Требования к тезису и демонстрации. Типы аргументов. Способы опровержения доводов оппонента с учётом этнориторических идеалов. Подготовка и произнесение аргументирующей речи (2 мин) по проблемной теме.
2. Деловое общение	<u>Тексты:</u> Особенности устного общения. Индивидуальные и коллективные формы профессионального общения. Функции и виды бесед. Собеседование с работодателем. Этикет телефонного разговора. <u>Грамматический материал:</u> Образование и употребление деепричастий. Выражение следствия в сложном предложении. Тренинг употребления падежных форм и глагольного управления. Словообразование <u>Научный стиль:</u> особенности разговорного и публицистического стилей
3. Конфликт в деловом общении.	<u>Тексты:</u> Искусство переговоров. Собрание

	<p>как форма принятия коллективного решения. Подготовка, проведение и суммирование совещания. Дискуссия. Визитная карточка.</p> <p><u>Грамматический материал:</u> Тренинг употребления падежных форм, глагольное управление.</p> <p><u>Научный стиль:</u> Сжатие текста. Составление номинативного и вопросного планов.</p>
4. Деловая документация и переписка.	<p><u>Тексты:</u> Классификация документов. Требования к тексту документа.</p> <p><u>Грамматический материал:</u> Выражение цели в простом и сложном предложении. Тренинг употребления падежных форм, глагольное управление.</p> <p><u>Научный стиль:</u> Написание автобиографии, заявления, объяснительной записки.</p>

Разработчиком является
доцент кафедры русского языка и
методики его преподавания

Е.В. Полякова

Заведующий кафедрой
русского языка и
методики его преподавания

В.М. Шаклеин

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет/институт

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование дисциплины	<i>Имагология</i>
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Технологии формирования имиджа государства Технологии формирования брендинга территорий.	Образы России исторической и современной, каким правилам подчиняется создание образа, что такое этнические стереотипы, как и почему они возникают, как порождают конфоидию и как, наоборот, могут поминь в ее преодолении. Для этого определяются факторы и границы конструирования образа страны, культуры и старо-новых мифов. "Русского мира" и соотечественников за рубежом. Подробно рассматриваются структуры информационной политики и пропаганды, характер информационных войн, рейтинги и бренды как способ представления государства. Особое внимание уделяется тому, как влияет на общественное восприятие России ее профессиональное изучение за рубежом.

Разработчики:

Преподаватель кафедры массовых коммуникаций

Котелени Е.А.

Заведующий кафедрой

Массовых коммуникаций



В.В. Барабаш

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ПРАКТИКА ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Образовательная программа

Направление подготовки: 42.03.01

Реклама и связи с общественностью (бакалавры)

Наименование дисциплины	ПРАКТИКА ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
Объем дисциплины	4 ЗЕ (144 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Раздел 1. Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций: основанная терминология: подходы и техники	Тема 1. Определение понятия «маркетинг» (marketing); история возникновения и развития в США и РФ; виды маркетинга; подходы к маркетингу; соотношение маркетинга и деятельности в области PR (Public Relations) и рекламы; место маркетинга и PR в интегрированных маркетинговых коммуникациях Тема 2. Теория маркетинга и возможности их использования в интегрированных маркетинговых коммуникациях: теория позиционирования (positioning); теория уникального торгового предложения/УТП (USP: Unique Selling Point/Proposal) и др. Тема 3. Общее и различительное в разных видах маркетинга: коммерческом, социальном, политическом и др. в рамках интегрированных маркетинговых коммуникаций.
Раздел 2. Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций в связи с PR-деятельностью	Тема 4. Понятие «имидж» (image); «корпоративная идентичность» (corporate identity) и другие базисные составляющие формирования доверия и репутации PR-заказчика. Тема 5. Элементы «корпоративной идентичности» (corporate identity) и техники их создания: особенности нейминга (naming); PR-слоган (PR-slogan); PR-сообщение (PR-message); единый фирменный стиль и пр. Тема 6. Понятия «паблисити» (publicity), «паблисити-трюк» (publicity stunt), репутация (reputation) и доверие, а также технологии их формирования. Анализ случаев из практики (case studies).

	<p>Тема 7. Необходимость формирования общественного мнения (public opinion); подходы и технологии.</p> <p>Тема 8. Социальная ответственность (social responsibility) в практике интегрированных маркетинговых коммуникаций. Анализ случаев из практики; создание собственных проектов</p>
<p>Раздел 3. Творческие и стереотипные технологии в практике интегрированных маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Тема 9. Изучение творческих подходов и техник, которые можно использовать в практике интегрированных маркетинговых коммуникаций: «мозговой штурм» (brainstorming); метафоричность мышления (например, «правило шести шляп» Six Thinking Hats); ассоциативность мышления и др.</p> <p>Тема 10. Стереотипы, стереотипизация и использование стереотипных технологий в практике интегрированных маркетинговых коммуникаций: создание шаблонов; применение технологии адаптации; «перенос» моделей из др. сферы и т.п.</p>

Разработчик:

доцент кафедры массовых коммуникаций
кандидат философских наук

Е.А. Иванова

Заведующий кафедрой:

массовых коммуникаций,
доктор филологических наук,
профессор



В.В. Барабан

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

с указанием образовательной программы (специальности)

Наименование дисциплины	<i>Семиотика и язык рекламы</i>
Объём дисциплины	4 ЗЕ (144 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Специфика рекламной коммуникации. Структура рекламного текста	Составляющие рекламного текста, его жанровая специфика и функции. Типология и структура рекламных текстов. Основные структурные компоненты рекламных текстов (первоначальный текст, визуальный ряд и аудиоряд).
Поисковые рекламные тексты. Преподенные знаки в рекламе	Задачи поискового рекламного текста. Реклама как креативный (инновационный) текст. Понятие «преподенного текста» как особого культурного знака. <u>Преподенный текст в рекламе</u>
Рекламный дискурс	Рекламный дискурс и его социальное-знаковая сущность. Основные составляющие рекламного дискурса: смысловые, речевые и знаковый характер, социальная роль и имплицит в рекламной коммуникации.
Язык рекламы	Игровые средства рекламного текста. Метафоры в рекламе. Понятие «инновационности». Литературно-креативная составляющая рекламного текста, ее типология и функции. Литературность, ее связь с отношением прагматики и эстетики.

Разработчик:

профессор кафедры
общего и русского языкознания
Филологический факультет



Е.Н. Землюкова
подпись: Землюкова

Заведующий кафедрой
общего и русского языкознания
Филологический факультет



В.Н. Денисов
подпись: Денисов

Факультет гуманитарных и социальных наук

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование дисциплины	Профессиональная этика
Объем дисциплины	4 ЗЕ (144 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины
Этика как философская наука	Этика, мораль и нравственность. Основания морали в индивидуальном и общественном сознании. Основные этапы развития этического сознания. Виды этики. Индивидуальная и социальная этика. Религиозная и философская этика. Прикладная и профессиональная этика. Этика и этикет.
Структура морального сознания	Ценности и идеалы. Долг и совесть. Моральная мотивация. Моральные категории: «добро», «зло», «добродетель», «порок», «свобода выбора», «ответственность». Профессионализм как ценность и нравственная черта личности.
Понятие профессиональной этики	Профессиональная этика как раздел прикладной этики. Теоретический и нормативный уровни профессиональной этики. Генезис профессиональной этики. Профессиональное нравственное сознание личности. Понятия профессии и «рода занятости, вида деятельности». Моральное измерение профессиональной деятельности: понятие служения профессии (делу). Профессионализм как нравственная черта личности.
Этика различных сфер профессиональной деятельности (1)	Медицинская и педагогическая этика как этика в области «высоких профессий». Этика врача. Этика педагога. Проблемы биоэтики.
Этика различных сфер профессиональной деятельности (2)	Этика социолога. Этика юриста. Особенности этики предпринимательства. Роль кодексов в профессиональной этике. Мораль и искусство; мораль и политика; этика науки. Мораль и художественное творчество. Этика художника: парадоксы и цели. (Гений и злодейство. Фаустiana). Проблема плагиата. Этика ученого-политолога и политолога-практика. Этические требования к профессии дипломата.

Этика различных сфер профессиональной деятельности (3)	Этика журналиста. Этические аспекты PR-деятельности. Этика рекламы. Этика науки. Этические аспекты академической коммуникации.
Этика деловых отношений	Деловые отношения как предмет деловой и служебной этики. Этика деятельности организаций. Этика деятельности руководителя. Культура речи в деловом общении. Культура дискуссии.
Этика деловых отношений: прикладные вопросы	Этикет делового человека. Этика делового общения в разных культурах.
Глобальные аспекты профессиональной этики: профессиональная этика и научно-технический прогресс	Профессиональная этика и экологическая проблематика. Компьютерная этика. Этика в эпоху развития информационных технологий.

Разработчиком является ст. преподаватель кафедры этики А.А. Косорукова

**Заведующий кафедрой
этики**



В.А. Цвык

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	компьютерные технологии и информатика
Объём дисциплины	6 ЗЕ (216 час.)
Цели и задачи дисциплины:	
целью освоения дисциплины «Компьютерные технологии и информатика» сформировать и развить у студентов знания, практические навыки и умения по эффективному использованию и применению современных информационных технологий, необходимых для решения прикладных профессиональных задач.	
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
1. Основы информатики и персональный компьютер	Введение в курс; понятие информатики; персональный компьютер; программное обеспечение; операционные системы.
2. Электронный офис	Состав пакета Microsoft Office, назначение программ; текстовый редактор Word; электронные таблицы Excel; презентации PowerPoint.
3. Интернет-технологии	а) Интернет: история, архитектура, современные Интернет-технологии (облачные технологии, системы интерактивного общения), учёба, бизнес, блоги подкастинг, социальные сети, проблемы Интернета.; б) классификация веб-сайтов; в) основы веб-программирования; г) электронная почта
4. и работа с БД	Вирусы. Классификация. Причины возникновения. Антивирусы. Брандмауры. Основы конфиденциальности. Защита данных.
5. Информационная безопасность	СУБД. Работа с базами данных Типы баз данных. Системы управления базами данных (СУБД). MS Access как реляционная база данных. Поля и записи. Описание типов данных. Таблицы, их создание. Запрос как средство отбора информации по заданному критерию. Связывание таблиц. Типы связей: один к одному, один ко многим, многие ко многим. Создание вычисляемых полей. Маски поиска. Условия отбора

Разработчик:

ассистент кафедры
компьютерных технологий
филологического факультета

М.В. Кулебякин

Заведующий кафедрой

К.Э.Н., доцент

И.Н. Куринин