

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК

Кафедра культуры мира и демократии

АНАЛИЗ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Код и наименование направления подготовки/специальности

Связи с общественностью и коммуникативные технологии

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

АНАЛИЗ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

Ст.преподаватель кафедры, к.ист.н. Новикова А.А.

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания кафедры культуры

мира и демократии

№ 7 от 25.03.2023 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1	. Пояснительная записка.....	4
1.1.	Цель и задачи дисциплины	4
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2.	Структура дисциплины.....	6
3.	Содержание дисциплины	6
4.	Образовательные технологии	9
5.	Оценка планируемых результатов обучения.....	9
5.1.	Система оценивания	9
5.2.	Критерии выставления оценки по дисциплине	9
5.3.	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	13
6.1.	Список источников и литературы	13
6.2.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	15
6.3.	Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	16
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	16
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	16
9.	Методические материалы.....	17
9.3.	Планы семинарских занятий.....	17
9.4.	Методические рекомендации по подготовке письменных работ	20
	Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	21

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Анализ профессиональной литературы на иностранном языке» - приобретение студентами знаний о проблемах современной международной коммуникативной индустрии, связанных с функционированием предприятий коммуникатологии в эпоху глобализации и цифровизации. Дисциплина призвана заложить основы профессиональной коммуникации у студента для успешного осуществления профессиональной деятельности на английском языке.

Задачи дисциплины:

- выявить основные проблемы современной индустрии коммуникатологии, которые поднимаются в англоязычной литературе;
- дать представление о требованиях, предъявляемых к современному специалисту коммуникативной индустрии, осуществляющему свою деятельность в англоязычных странах;
- изучить теоретические основы и традиции перевода западной литературы на русский язык;
- освоить формы и методы работы с англоязычными текстами;
- научить успешным приемам логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах на английском языке;
- выявить основные проблемы и тенденции современного процесса глобализации и его влияния на индустрию коммуникатологии;
- выявить основные проблемы и тенденции современного процесса глобализации и его влияния на индустрию коммуникатологии;
- освоить формы и методы работы с информационными материалами, содержащими информацию о перспективах развития коммуникативной индустрии.

Дисциплина реализуется на английском языке.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках	Знать: современные тенденции использования и развития лингвистических средств коммуникации для эффективного осуществления профессиональной деятельности. Уметь: применять языковые средства русского и иностранного языков в вербальном и невербальном вариантах для организации документационного и иного сопровождения процессов создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; Владеть: навыками использования информационно-коммуникационные технологий при поиске необходимой информации для создания и

		продвижения продукта коммуникативной индустрии
ПК-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-3.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Знать: создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; влияние невербальных средств взаимодействия на внутри- и внешнекорпоративные отношения во время осуществления профессиональной деятельности; Уметь: построить грамотную стратегию ведения переговоров во время создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; осуществлять под контролем руководителя организации подготовку текстов публичных выступлений в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов; осуществлять публичные выступления с целью презентации и продвижения продукта коммуникативной индустрии. Владеть: формами и методами работы с информационными материалами, содержащими информацию о перспективах развития коммуникативной индустрии.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Анализ профессиональной литературы на иностранном языке» является элективной дисциплиной и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: История, Русский язык и культура речи, Иностранный язык, Психология, Социология.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Мастерство публичной речи, Геобрендинг, Мировые коммуникационные процессы, Проектно-технологическая практика, Преддипломная практика, блок «Государственная итоговая аттестация».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з. е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
V	Лекции	18
V	Семинары	24
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Тема 1. Проблемы современной коммуникативной индустрии. Введение в современную англоязычную литературу индустрии коммуникатологии.	Ознакомление студентов с терминами «научная литература». «Профессиональная литература». Этапы работы с профессиональной литературой. Современный сервис. Терминология индустрии коммуникатологии на английском языке. Проблемы профессиональных коммуникаций на английском языке. Профессиональная литература как форма и способ коммуникации специалистов индустрии коммуникатологии.
2	Тема 2. Построение имиджа и репутации специалиста сферы коммуникатологии. Визуальный компонент продвижения сервисного продукта.	Современный имидж. Имидж персональный и имидж профессиональный. Компоненты имиджа в индустрии коммуникатологии. Философско-этические основы поддержания имиджа в XXI в. Поведение специалистов индустрии коммуникатологии в социальных сетях. Роль компаний и корпораций индустрии коммуникатологии в создании и поддержания имиджа специалиста и/или сервисного продукта.
3	Тема 3. Транснациональные процессы: место и значение коммуникативной индустрии в современной глобализации. Трансформация коммуникативной индустрии России и зарубежных стран под влиянием новейших	Цифровой этикет интернет-коммуникаций. Язык современных цифровых коммуникаций. Англоязычная интернет-сфера. Медиаплатформы и этикет поведения на различных медиаплатформах. Глобализация индустрии коммуникатологии. Вызовы индустрии в XXI в. Проблемы трансформации российской коммуникативной индустрии в условиях глобализации. Использование интернет-технологий российскими и зарубежными предприятиями индустрии коммуникатологии.

	Интернет-технологий.	
4	Тема 4. Современные коммуникационные стратегии и технологии: презентация сервисного продукта на международной арене. Этические и профессиональные стандарты презентации.	Коммуникационные стратегии: определение, типы, стили. Коммуникационные стратегии коммуникативной индустрии. Презентация и ее методы. Самопрезентация. Этические и профессиональные стандарты презентации и самопрезентации. Построение корректных фраз на английском языке. Проблема сохранения смысла и эмоциональной напряженности во время перевода. Определение и примеры эмоциональной напряженности речи. Тональность фраз на английском языке. Сервисная деятельность и проблема ограниченности доступного языка в современных профессиональных коммуникациях.
5	Тема 5. Глобализм и изоляционизм: проблемы поляризации современного дискурса. Индустрия коммуникатологии как поле репрезентации изменения общественных интересов и запросов.	Глобализм коммуникативной индустрии. Изоляционизм коммуникативной индустрии. Сервис и индустрия коммуникатологии как показатель социальных, экономических, культурных потребностей общества. Запросы общества и сервисная индустрия. Межкультурный диалог в коммуникативной индустрии. Межкультурное взаимодействие в коммуникативной индустрии. Чтение культурного контекста участников профессиональных отношений. Участие и методология использования коммуникационных средств на английском языке для решения межкультурных конфликтов профессиональной сферы.
6	Тема 6. Кризис-менеджмент в современных коммуникациях сферы коммуникатологии.	Кейсы международной коммуникативной индустрии: Dollskill, JSC, Fyre Festival; Hilton, Swan Hotel (UK). Построение корректных фраз на английском языке. Элементы профессиональных конфликтов: причины, контекст, варианты решения. Методы использования языковых средств в преодолении конфликтов и в кризис-менеджменте.
7	Тема 7. Проблема обеспечения информационной безопасности клиента в современной коммуникативной индустрии. Менеджмент услуг и впечатлений в коммуникативной индустрии.	Информационная безопасность в индустрии коммуникатологии. Информационная безопасность предприятия коммуникативной индустрии. Информационная безопасность клиента. Вызовы информационной безопасности современной коммуникативной индустрии. Менеджмент ожиданий и впечатлений в коммуникативной индустрии. Методы продолжительного совершенствования безопасности клиента и предприятия в цифровой среде. Онлайн-платформы и их особенности их использования.
8	Тема 8. Взаимоотношения между логистикой коммуникативной индустрии и успехами бизнеса. Улучшение	Концепция информационной логистики в коммуникативной индустрии. Концепции продуктовой логистики, самообразования и самосовершенствования в коммуникативной индустрии. Ресурсы для специалистов коммуникативной индустрии на английском языке.

	операционной стороны сервисного продукта.	
9	Тема 9. Использование коммуникационной стратегии в качестве инструмента клиентской поддержки в цифровой среде. Опасность цифровой экономики и цифровых финансов в XXI в.	Традиционная и современная клиентская поддержка в индустрии коммуникатологии. Коммуникационная стратегия клиентской поддержки. Цифровые финансы и их влияние на современную сервисную индустрию. Особенности письменной коммуникации на английском языке. Отличия онлайн-коммуникаций на русском и английском языках. Различия российской и зарубежной цифровой финансовой экономики. Организация клиентской поддержки на иностранном языке.
10	Тема 10. Анализ традиционного и нового подходов к презентации сервисного продукта. Эмоциональная напряженность текста. Особенности презентации материалов на иностранном языке.	Вербальная и невербальная коммуникация. Проблема трансляции вербальной тональности в письменном тексте. Передача эмоциональной напряженности в письменной форме. Передача эмоциональной напряженности в онлайн-коммуникациях. Самоцензура. Самоцензура в онлайн-коммуникациях в современной англоязычной сфере. Культурные различия российской и зарубежной онлайн-коммуникации. Критерии презентации материалов на русском и английском языках. Роль экономического фактора в презентации материалов коммуникативной индустрии.
11	Тема 11. Проблема верификации информации при продвижении сервисного продукта. Проблема хранения и использования клиентских данных в современной цифровой экономике.	Верификация. Метод научной верификации. Верификация онлайн-информации и ее отличие от научной верификации. Проблема компаний Amazon, Facebook, TikTok, Vkontakte. Данные пользователя. Сервисная индустрия и международные мегакорпорации. Российская модель обслуживания в цифровой экономике. Американская модель обслуживания в цифровой экономике. Проблема хранения данных в предприятиях коммуникатологии. Менеджмент клиентских и корпоративных данных.
12	Тема 12. Система пресс-релизов и медиакоммуникаций в социальных сетях как инструмент привлечения внимания к новым сервисным продуктам. Проблемы современных медиаплатформ.	Пресс-релиз, брифинг, презентация: определения, критерии, различия. Этикет публичных коммуникаций: традиционные и современные. Этикет публичных коммуникаций на современных медиаплатформах. Медиаперсоны и стили их коммуникаций. Влияние личности на стиль коммуникаций. Использование стилей коммуникаций в коммуникативной индустрии. Социальные сети как инструмент развития публичного взаимодействия специалистов коммуникативной индустрии с потенциальными потребителями.
13	Тема 13. Социальные сети: стратегия успеха или стратегия проигрыша? Позиционирование взглядов и использование техники логических	Социальные сети и их участие в современной экономике. Трансформация традиционных предприятий под влиянием социальных сетей. Зависимость предприятий коммуникативной индустрии от интернета и грамотности коммуникационной стратегии онлайн-поведения. Предпочтения российских и зарубежных

	ошибок для закрепления позиций и взглядов в общественном сознании.	потребителей сервисного продукта. Использование аудио- и видеоматериалов для построения коммуникационной стратегии на современных медиаплатформах. Логические ошибки и манипуляция сознания в социальных сетях. Психология поведения посетителей социальных сетей. Опасность общественного сознания и общественных волнений в сети Интернет для предприятий коммуникатологии.
--	--	---

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	35 баллов
- контрольная работа (темы 1-8)	25 баллов	25 баллов
Промежуточная аттестация –зачет (коллоквиум)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлетворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные средства текущего контроля

Форма текущего контроля: контрольная работа (выполнение письменных заданий).
 Формируемые компетенции: УК-4.3; ПК-3.3.

Критерий оценки контрольной работы:

- При оценивании письменного задания учитывается (максимум 25 баллов):
- полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 10 баллов;
 - обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 20 баллов;
 - работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность -25 баллов.

Примерные темы для контрольного творческого аналитического задания

1. Особенности коммуникационной стратегии гостиничных предприятий в социальных сетях.
2. Особенности коммуникационной стратегии ресторанной индустрии в социальных сетях.
3. Особенности коммуникационной стратегии независимых брендов, малого и среднего бизнеса в социальных сетях.
4. Поведение потребителя во время коммуникации с бизнесом в социальных сетях.
5. Позитивная и негативная публичность сервисного предприятия в XXI в.
6. FACEBOOK, Instagram, YouTube: платформы продвижения сервисного продукта или враг грамотной коммуникационной стратегии?
7. Роль зрителя и потребителя сервисного продукта в современной публичной речи.
8. Проблемы российской коммуникативной индустрии и методы их преодоления.
9. Использование информационных фильтров при работе с научными текстами.
10. Современный анти-интеллектуализм и его влияние на индустрию коммуникатологии в XXI в.

Примеры творческих заданий

1. Организация пресс-мероприятия.
 Студенты делятся на группы. Каждая группа готовит пресс-релиз с презентацией избранного сервисного продукта. По очереди студенты проводят презентацию сервисного

продукта; студенты, не входящие в презентующую группу, задают вопросы и выступают в качестве аудитории пресс-мероприятия.

2. Организация брифинга.

Студенты готовят индивидуальные проекты по продвижению или презентации сервисного продукта. Во время занятия по очереди студенты презентуют свой сервисный продукт, используя смысловые блоки для донесения и убеждения слушателей в необходимости дальнейшего продвижения продукта.

3. Организация ток-шоу/участие в подкасте.

Студенты делятся на группы и записывают ток-шоу или подкаст на одну из выбранных тем (проблема трудоустройства в коммуникативной индустрии, проблемы найма новых сотрудников в существующих предприятиях коммуникатологии, социальные сети и сотрудники коммуникативной индустрии и т.д.). Во время занятия студенты знакомятся с результатом деятельности соперничающих групп и голосуют за тех, кто, по их мнению, справился лучше и/или хуже остальных.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет)

Форма проведения промежуточной аттестации: коллоквиум.

Формируемые компетенции: УК-4.3; ПК-3.3.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации

1. Что такое «научная литература»? Что такое «профессиональная литература»? Чем они отличаются друг от друга?
2. Из каких этапов состоит работа с профессиональной литературой на иностранном языке?
3. Этические требования к поведению специалистов коммуникативной индустрии.
4. Профессиональная литература как форма и способ коммуникации специалистов индустрии коммуникатологии.
5. Классификация профессиональной литературы.
6. Практика взаимодействия специалистов сферы коммуникатологии с представителями различных социокультурных и социо-экономических систем.
7. Общение и коммуникация – сходство и отличия в профессиональной среде.
8. Национальные стили ведения деловых переговоров. Специфика переговоров в сфере коммуникатологии.
9. Коммуникационные стратегии и их типология.
10. Медиаплатформы: особенности использования и механизмы продвижения сервисного продукта.
11. Роль социальных сетей в выявлении интересов потребителей сервисных продуктов.
12. Психология ожиданий потребителя коммуникативной индустрии.
13. Психологические приемы внутри- и внешнекорпоративной коммуникации на иностранном языке.
14. Управление конфликтом на иностранном языке в коммуникативной индустрии.
15. Стили персональной и профессиональной коммуникации. Подбор стиля коммуникации для специалиста сферы коммуникатологии.
16. Анализ текста на иностранном языке: процесс и факторы оценивания.
17. Мифы и модели профессиональных коммуникаций на иностранном языке.
18. Манипуляции в предпринимательской деятельности и их учет в процессе профессиональных коммуникаций на иностранном языке.

19. Вербальные и невербальные компоненты профессиональной коммуникации на иностранном языке. Паравербальная коммуникация.
20. Признаки и значение успешной коммуникации на иностранном языке. Преодоление культурных барьеров в профессиональной деятельности.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература

Основная

1. Бородина, Т. Ю. English in the Digital Age = Английский язык в эпоху цифровых технологий: учебное пособие: в 3 частях. Часть 2 / Т. Ю. Бородина, Л. В. Калугина, Т. Д. Маргарян; под ред. Г. Г. Гуровой. - Москва: МГТУ им. Баумана, 2019. - 104 с. - ISBN 978-5-7038-5102-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2022267>
2. Губина, Г. Г. Английский язык в профессиональной деятельности для специальности «Реклама» = English in Professional Activities for the Specialty 'Advertising' / Г. Г. Губина. - Москва: Директ-Медиа, 2019. - 62 с. - ISBN 978-5-4499-0465-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1972657>
3. Малюга, Е. Н. Английский язык профессионального общения (Реклама): учебник / Е. Н. Малюга. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2022. - 333 с. - ISBN 978-5-9765-1421-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1875606>
4. Ульянова, О. В. Иностраный язык для специалистов в области рекламы и связей с общественностью: учебное пособие / О. В. Ульянова, С. В. Гричин. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2020. - 80 с. - ISBN 978-5-7782-4246-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1866045>
5. Хвостовицкая, Т. Т. Английский для рекламистов: учебное пособие / Т. Т. Хвостовицкая. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 237 с. - ISBN 978-5-9765-2184-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1143351>

Дополнительная:

1. Губина, Г. Г. Английский язык для туристов в сфере профессиональной коммуникации. = English for Tourists in Professional Communication: учебное пособие / Г. Г. Губина. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. - 104 с. - ISBN 978-5-4499-1263-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1873205>
2. Якушева, И. В. Английский язык (B1). Introduction Into Professional English: учебник и практикум для вузов / И. В. Якушева, О. А. Демченкова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07026-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451233>

Рекомендуемая:

1. Казачихина, И. А. English for students of public relations and advertising: rendering/КазачихинаИ.А., ШевченкоО.Г. - Новосибирск: НГТУ, 2014. - 116 с.: ISBN 978-5-7782-2389-9. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/546215>
2. Бовтенко, М. А. Press Office. English for PR. Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с

- общественностью"/БовтенкоМ.А. - Новосибирск: НГТУ, 2013. - 200 с.: ISBN 978-5-7782-2374-5. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/546342>
3. Яшина, Т. А. English for Business Communication. Английский язык для делового общения: Учебное пособие / Т.А. Яшина, Д.Н. Жаткин - Москва: Флинта: МПСИ, 2009. - 112 с. (English). ISBN 978-5-9765-0335-9, 1000 экз. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/212214>
 4. Данчевская, О. Е. English for Cross-Cultural and Professional Communication. Английский язык для межкультурного и профессионального общения [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О.Е. Данчевская, А.В. Малёв. – 2-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА: Наука, 2013. – 192 с. - ISBN 978-5-9765-1284-9 (ФЛИНТА), ISBN 978-5-02-037820-7 (Наука). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/454058>
 5. Куприна, О. Г. English for managers (курс английского языка для магистрантов): Учебное пособие для вузов / Куприна О.Г. - Москва Гор. линия-Телеком, 2015. - 138 с. ISBN 978-5-9912-0476-7. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/500661>
 6. Гиренок, Г.А. English for professional communication: учебно-методическое пособие / Г.А. Гиренок. - Самара: Самарский юридический институт ФСИН России, 2018. - 60 с. - ISBN 978-5-91612-243-5. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1057513>
 7. Казачихина, И. А. English for students of public relations and advertising: rendering/КазачихинаИ.А., ШевченкоО.Г. - Новосибирск: НГТУ, 2014. - 116 с.: ISBN 978-5-7782-2389-9. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/546215>
 8. Кушникова, Г. К. English. Free Conversation: Учебное пособие / Г.К. Кушникова. - Москва: Флинта: Наука, 2009. - 40 с. (e-book) ISBN 978-5-9765-0651-0, 1000 экз. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/320742>
 9. Бовтенко, М. А. Press Office. English for PR. Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью"/БовтенкоМ.А. - Новосибирск: НГТУ, 2013. - 200 с.: ISBN 978-5-7782-2374-5. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/546342>
 10. Гуревич, В. В. English stylistics. Стилистика английского языка: Учебное пособие / Гуревич В.В., - 8-е изд., стер. - Москва: Флинта, 2017. - 68 с.: ISBN 978-5-89349-814-1. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/465610>
 11. Гацкевич, М.А. Learn English by Discussion : практикум по разговорному английскому / М. А. Гацкевич, Д. Уильямс. — Санкт-Петербург: КАРО, 2016. - 192 с. - ISBN 978-5-9925-1131-4. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1047387>
 12. Стилистика английского языка = English Stylistics: Учебное пособие / Крохалева Л.С., Бурлак Т.Ф., Чистая С.Ф. - Минск: РИПО, 2017. - 122 с.: ISBN 978-985-503-690-7. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/977873>
 13. Ерофеева, Л. А. Modern English in Conversation [Электронный ресурс]: Уч. пособ. по современному разговорному английскому языку / Л. А. Ерофеева. - 2-е изд., стереотип. - Москва: Флинта, 2011. - 340 с. - ISBN 978-5-9765-1199-6. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/406099>
 14. Процесс конвергенции СМИ и журналистское образование [Электронный ресурс] = Convergence process in the media and journalism education: статья / Е.А.Баранова // Медиаскоп. Вып. 1. 2010 г. - 6 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/506071>

15. Павлова, Л. Г. Актуальные проблемы культуры деловой коммуникации: Статья / Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. - Москва: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 11 с. - ISBN (ИЦ РИОР); ISBN (НИЦ ИНФРА-М). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/561316>
16. Массовая коммуникация в современном мире [Вестник Российской академии наук, Том 81, № 11, 2011, стр. -] - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/417017>
17. Сеть как социальная структура: модель сетевой коммуникации в теории М. Кастельса [Вестник Удмуртского университета. Серия 3. Философия. Социология. Психология. Педагогика, Вып. 1, 2008, стр. -] - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/514974>
18. Павлова, Л. Г. Актуальные проблемы культуры деловой коммуникации: Статья / Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. - Москва: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 11 с. - ISBN (ИЦ РИОР); ISBN (НИЦ ИНФРА-М). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/561316>
19. Павлова, Л. Г. Нравственные установки и эстетические нормы как факторы эффективности делового общения: Статья / Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. - Москва: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 16 с. - ISBN (ИЦ РИОР); ISBN (НИЦ ИНФРА-М). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/561320>
20. Academic English: Theoretical and Practical Issues: учеб. пособие / сост. Т.Ю. Мкртчян, М.Г. Науменко; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. - 165 с. - ISBN 978-5-9275-2853-0. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039713>
21. Academic English: Theoretical and Practical Issues : учеб. пособие / сост. Т.Ю. Мкртчян, М.Г. Науменко; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. - 165 с. - ISBN 978-5-9275-2853-0. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039713>
22. Mass Media Convergence Through the Eyes of Russian Journalists [Электронный ресурс] / Под общей редакцией: E. Vartanova // World of Media 2011. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. - М.: Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 2011. - pp. 96-113. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/506080>
23. Kibanov, A. IA. Conflict management in an organisation [Электронный ресурс] / А. IA. Kibanov // Science and Education [Text] : materials of the V international research and practice conference, Vol. I, Munich, February 21- 28, 2014 / publishing office Vela Verlag Waldkraiburg - Munich - Germany, 2014. - P. 101-106. - ISBN 978-3941352-86-5 - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/478267>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

www.politnauka.ru – «Политология в России и в мире»

- www.academim.org – сайт Академии имиджологии. www.imageofrussia.info – Имидж России. Мониторинг информационного пространства.
- www.4vlasti.ru – Общенациональный научно-политический журнал «Власть».
- www.mediascope.ru – Электронный журнал «Медиаскоп».

- International Political Science Association. – URL: <http://ipsa.org/>
- Political Studies Association, Great Britain. – URL: <http://www.psa.ac.uk>.
- The American Political Science Association. – URL: <http://apsanet.org>.

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

Кроме технических средств используется и прикладное программное обеспечение (Microsoft Word и Power Point версии не ниже 2003 года), позволяющее демонстрировать лекционные материалы (слайды) и задания к семинарам.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со

специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.3. Планы семинарских занятий

Планы семинарских занятий

Тема №1. Проблемы современной коммуникативной индустрии. Введение в современную англоязычную литературу индустрии коммуникатологии.

Вопросы для обсуждения:

1. Современный сервис.
2. Терминология индустрии коммуникатологии на английском языке.
3. Проблемы профессиональных коммуникаций на английском языке.

Тема №2. Построение имиджа и репутации специалиста сферы коммуникатологии. Визуальный компонент продвижения сервисного продукта.

Вопросы для обсуждения:

1. Современный имидж и имеджеология. Компоненты имиджа в индустрии коммуникатологии.
2. Философско-этические основы поддержания имиджа. Greenwashing. Whitewashing.
3. Роль компаний и корпораций индустрии коммуникатологии в создании визуального компонента сервисного продукта.

Тема №3. Транснациональные процессы: место и значение коммуникативной индустрии в современной глобализации. Трансформация коммуникативной индустрии России и зарубежных стран под влиянием новейших Интернет-технологий.

Вопросы для обсуждения:

1. Цифровой этикет интернет-коммуникаций.
2. Медиаплатформы и стандарты профессиональной коммуникации на них.
3. Глобализация. Вызовы индустрии в XXI в.

Тема №4. Современные коммуникационные стратегии и технологии: презентация сервисного продукта на международной арене. Этические и профессиональные стандарты презентации.

Вопросы для обсуждения:

1. Построение корректных фраз на английском языке. Практикум по переводу с русского языка на английский и с английского на русский с соблюдением смысла.
2. Эмоциональная напряженность речи и ее трансляция на английском языке. Тональность фраз на английском языке.
3. Сервисная деятельность и ограниченность доступного языка в современных коммуникациях.

Тема №5. Глобализм и изоляционизм: проблемы поляризации современного дискурса. Индустрия коммуникатологии как поле репрезентации изменения общественных интересов и запросов.

Вопросы для обсуждения:

1. Организация позитивного межкультурного диалога на английском языке. Терминология диалога на английском языке.
2. Особенности использования языковых средств английского языка в построении позитивного межкультурного диалога.
3. Чтение культурного контекста участников отношений и диалога.
4. Участие и методология использования коммуникационных средств на английском языке для решения конфликта.

Тема №6. Кризис-менеджмент в современных коммуникациях сферы коммуникатологии.

Вопросы для обсуждения:

1. Англоязычные кейсы межкультурной коммуникации и их изучение.
2. Построение корректных фраз на английском языке. Практикум по переводу с русского языка на английский и с английского на русский с соблюдением смысла
3. Элементы конфликта: причины, контекст, варианты решения. Методы использования языковых средств в преодолении конфликтов.

Тема №7. Проблема обеспечения информационной безопасности клиента в современной коммуникативной индустрии. Менеджмент услуг и впечатлений в коммуникативной индустрии.

Вопросы для обсуждения:

1. Онлайн-платформы и их особенности для коммуникаций коммуникативной индустрии.
2. Информационная безопасность и ее применение в коммуникативной индустрии. Опасность для клиентов и для поставщиков услуг в информационной среде.

3. Методы продолжительного совершенствования безопасности клиента в цифровой среде.

Тема №8. Взаимоотношения между логистикой коммуникативной индустрии и успехами бизнеса. Улучшение операционной стороны сервисного продукта.

Вопросы для обсуждения:

1. Концепция информационной и продуктовой логистики в коммуникативной индустрии.
2. Концепция самообразования и самосовершенствования в коммуникативной индустрии.
3. Ресурсы для специалистов коммуникативной индустрии на английском языке.

Тема №9. Использование коммуникационной стратегии в качестве инструмента клиентской поддержки в цифровой среде. Опасность цифровой экономики и цифровых финансов в XXI в.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности письменной коммуникации на английском языке.
2. Отличия онлайн-коммуникаций на русском и английском языках.
3. Различия между традиционными письменными коммуникациями и современными онлайн-коммуникациями

Тема №10. Анализ традиционного и нового подходов к презентации сервисного продукта. Эмоциональная напряженность текста. Особенности презентации материалов на иностранном языке.

Вопросы для обсуждения:

1. Передача эмоциональной напряженности в онлайн-коммуникациях.
2. Методы самоцензуры в современной англоязычной сфере.
3. Критерии презентации материалов на иностранном языке.
4. Роль экономического фактора в презентации материалов коммуникативной индустрии.

Тема №11. Проблема верификации информации при продвижении сервисного продукта. Проблема хранения и использования клиентских данных в современной цифровой экономике.

Вопросы для обсуждения:

1. Концепция верификации информации в потребительской среде.
2. Проблема современной цифровой экономики на примере компании «Amazon».
3. Российско-американская модель обслуживания в цифровой экономике.

Тема №12. Система пресс-релизов и медиакоммуникаций в социальных сетях как инструмент привлечения внимания к новым сервисным продуктам. Проблемы современных медиаплатформ.

Вопросы для обсуждения:

1. Этикет публичных коммуникаций на современных медиаплатформах.
2. Медиаперсоны и стили их коммуникаций. Использование стилей медиакоммуникаций в коммуникативной индустрии.
3. Социальные сети как инструмент развития публичного взаимодействия коммуникативной индустрии с потенциальными потребителями.

Тема №13. Социальные сети: стратегия успеха или стратегия проигрыша? Позиционирование взглядов и использование техники логических ошибок для закрепления позиций и взглядов в общественном сознании.

Вопросы для обсуждения:

1. Зависимость индустрии коммуникатологии от грамотности коммуникационной стратегии. Предпочтения российских и зарубежных потребителей сервисного продукта.
2. Использование аудио- и видеоматериалов для построения коммуникационных стратегий.
3. Логические ошибки и манипуляция сознания в социальных сетях.

9.4. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Письменные работы по курсу (контрольная работа, доклад) должны быть выполнены на листах белой бумаги формата А4. Поля - сверху, снизу и справа 2,5 см; слева - 3 см. Шрифт рекомендуется использовать стандартный (гарнитура Times New Roman), кегль 12, интервал одинарный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц проставляются внизу посередине, за исключением первого титульного листа. Сноски оформляются с помощью предусмотренной программой Word функции «Сноски внизу страницы». Каждый раздел работы предлагается начинать с новой страницы. Названия разделов выделяются жирным шрифтом и выравниваются по центру. Ссылки на источники оформляются в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5 – 2008.

При оценке доклада используются следующие критерии:

1. Новизна реферированного текста:
 - актуальность проблемы и темы;
 - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;
2. Степень раскрытия сущности проблемы: – соответствие плана теме доклада;
 - соответствие содержания теме и плану доклада;
 - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом;
 - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
 - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Обоснованность выбора источников:
 - круг, полнота использования литературных источников по проблеме;
 - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Соблюдение требований к оформлению:
 - правильное оформление ссылок на используемую литературу;
 - грамотность и культура изложения;
 - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;
 - соблюдение требований к объему доклада;
 - культура оформления: выделение абзацев.
5. Грамотность:
 - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;
 - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;
 - литературный стиль.

**Приложение 1. Аннотация
рабочей программы дисциплины**

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины - приобретение студентами знаний о проблемах современной международной коммуникативной индустрии, связанных с функционированием предприятий коммуникатологии в эпоху глобализации и цифровизации. Дисциплина призвана заложить основы профессиональной коммуникации у студента для успешного осуществления профессиональной деятельности на английском языке.

Задачи дисциплины:

- выявить основные проблемы современной индустрии коммуникатологии, которые поднимаются в англоязычной литературе;
- дать представление о требованиях, предъявляемых к современному специалисту коммуникативной индустрии, осуществляющему свою деятельность в англоязычных странах;
- изучить теоретические основы и традиции перевода западной литературы на русский язык;
- освоить формы и методы работы с англоязычными текстами;
- научить успешным приемам логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах на английском языке;
- выявить основные проблемы и тенденции современного процесса глобализации и его влияния на индустрию коммуникатологии;
- выявить основные проблемы и тенденции современного процесса глобализации и его влияния на индустрию коммуникатологии;
- освоить формы и методы работы с информационными материалами, содержащими информацию о перспективах развития коммуникативной индустрии;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: современные тенденции использования и развития лингвистических средств коммуникации для эффективного осуществления профессиональной деятельности; создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; влияние невербальных средств взаимодействия на внутри- и внешнекорпоративные отношения во время осуществления профессиональной деятельности.

Уметь: применять языковые средства русского и иностранного языков в вербальном и невербальном вариантах для организации документационного и иного сопровождения процессов создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; построить грамотную стратегию ведения переговоров во время создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; осуществлять под контролем руководителя организации подготовку текстов публичных выступлений в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов; осуществлять публичные выступления с целью презентации и продвижения продукта коммуникативной индустрии.

Владеть: навыками использования информационно-коммуникационные технологий при поиске необходимой информации для создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; формами и методами работы с информационными материалами, содержащими информацию о перспективах развития коммуникативной индустрии.