

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

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*

Современные коммуникации и реклама

---

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная, заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2022

*Анализ профессиональной литературы на иностранном языке*  
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

Составитель:

к.и.н., доц. Гордеева М.А.

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания кафедры культуры мира и демократии  
№ 6 от .25.03.2022 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Кафедра культуры мира и демократии .....	1
1. Пояснительная записка .....	4
<b>1.1. Цель и задачи дисциплины</b> .....	4
<b>1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</b> .....	4
<b>1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы</b> .....	6
2. Структура дисциплины .....	6
3. Содержание дисциплины .....	7
4. Образовательные технологии .....	10
5. Оценка планируемых результатов обучения .....	12
<b>5.1 Система оценивания</b> .....	12
<b>5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине</b> .....	13
<b>5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</b> .....	14
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	16
<b>6.1 Список источников и литературы</b> .....	16
<b>6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b> .....	17
<b>6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы</b> .....	17
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	17
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	18
9. Методические материалы .....	19
<b>9.1 Планы семинарских занятий</b> .....	19
<b>9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ</b> .....	24
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины .....	26

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: дать студенту системные знания и опыт анализа актуальной зарубежной профессиональной литературы посвященной различным профессиональным вопросам современной коммуникатологии и сферы рекламы.

Задачи дисциплины:

- проанализировать круг наиболее значимых проблем современной коммуникатологии, которые поднимаются в англоязычной литературе;
- дать системные знания о профессиональной литературе, ее тематике, структуре и стилистике;
- изучить подходы к анализу иностранной профессиональной литературой;
- освоить формы и методы работы, связанные с анализом профессиональных англоязычных текстов;
- научить успешным приемам логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах на английском языке.

Дисциплина реализуется на иностранном 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
<p><i>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</i></p>	<p><i>УК-4.1 Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия;</i></p>	<p><i>Знать: принципы ведения деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке, а также грамматические и стилистические нормы иностранного языка, в размере, необходимом для профессионального общения. Уметь: применять нормы иностранного языка, а также уметь логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные средства взаимодействия в профессиональном общении. Владеть: приемами ведения деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке в профессиональном общении.</i></p>
	<p><i>УК-4.2 Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную</i></p>	<p><i>Знать: принципы ведения деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке, а также уметь понимать, анализировать и критически оценивать устную и</i></p>

		<p>информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и);</p>	<p>письменную профессиональную информацию на иностранном языке; базовые навыки перевода с иностранного на русский язык и с русского на иностранный язык.  <i>Уметь:</i> применять базовые навыки перевода с иностранного на русский язык и с русского на иностранный, а также вести деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке.  <i>Владеть:</i> приемами ведения деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке, а также применять базовые навыки перевода с иностранного на русский язык и с русского на иностранный язык.</p>
		<p>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.</p>	<p><i>Знать:</i> принципы ведения деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке, а также уметь использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для профессиональных целей на иностранном языке.  <i>Уметь:</i> применять информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для профессиональных целей на иностранном языке.  <i>Владеть:</i> приемами ведения деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке, а также уметь применять информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для профессиональных целей на иностранном языке.</p>
ПК-1	Способен осуществлять авторскую	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с	Знать: основные принципы работы с профессиональными текстами в сфере коммуникации, принципы

<i>деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</i>	<i>учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;</i>	<i>аналитической работы с англоязычными текстами. Уметь: использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; выявлять смысловые категории профессиональных текстов и применять общенаучные методы анализа текстов. Владеть: нормами культуры речи; навыками рационального чтения, слушания, говорения и письма.</i>
---	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Анализ профессиональной литературы на иностранном языке» относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Психология рекламы и связей с общественностью, Теория коммуникации.

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе, Теория и практика медиакоммуникаций .

### 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
	Лекции	<b>20</b>
	Семинары/лабораторные работы	<b>22</b>
	Всего:	<b>42</b>

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

#### Структура дисциплины для очно-заочной 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
	Лекции	<b>8</b>
	Семинары/лабораторные работы	<b>16</b>
	Всего:	<b>24</b>

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет \_\_\_84 академических часа.

### Структура дисциплины для заочной 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
	Лекции	<b>4</b>
	Семинары/лабораторные работы	<b>8</b>
	Всего:	<b>12</b>

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет \_\_\_96\_ академических часа.

### 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Основные понятия сферы рекламы и коммуникации	Основные понятия сферы коммуникации, рекламы и связей с общественностью.
2	Введение в современные теории коммуникации	Классическая теория коммуникации. Многомерная модель коммуникации, построение коммуникативных сетей и коммуникативной среды. В сетевой среде происходит формирование общественного мнения и цифровая трансформация. Теория коммуникативной компетентности определяет следующие критерии компетентности: личностная ориентированность, психологические знания, перцептивные способности.
3	Современные концепции массовых коммуникаций	Теория гегемонии массовой коммуникации представляет собой набор положений, раскрывающих господствующую роль массовой коммуникации в обществе. Различные формы отображения значимой для общества информации. Механизмы обеспечения формирования сознания масс. Методика анализа роли СМИ, особенности коммуникативных систем, изучение и анализ функциональных проявлений, анализ результата использования различных форм, структур и информационных процессов. Принципы формирования общественного мнения. Культурологическая теория массовой коммуникации и эффективность обмена информации.
4	Новые технологии продвижения и коммуникации с потребителем.	Тренды современного продвижения компании в цифровой среде — от возможностей социальных сетей до биохакинга, блокчейна и технологий

		<p>больших данных. Искусственный интеллект. Эффективное наполнение и продвижение интернет-сайтов для бизнеса. Уникальный, персонифицированный и легко воспринимаемый контент. Востребованность опытных и разносторонне развитых копирайтеров и SEO-навыков. Интерактивные маркетинговые e-mail-кампании.</p>
5	Анализ основных механизмов коммуникации: эмоции и память	<p>Убеждающая коммуникация: виды и модульная схема. Техники убеждающей коммуникации: техника внимания, техника доверия, техника интерпретации, техника подкрепления.</p> <p>Производство информации и взаимодействие со СМИ. Менеджмент новостей и этапы управления новостной информацией. Приемы конструирования новостной информации. Формы подачи информационно-новостных материалов. Правила взаимодействия со СМИ. Технология реагирования на появление негативных сведений об организации. Продвижение информации в корпоративной коммуникации: реклама, информационный повод, работа с журналистами и лидерами мнений, слухи. Средства продвижения информации. Технологии рекламы и PR. Композиции рекламных и PR-акций. Закономерность S-образного развития в управлении процессами коммуникации.</p>
6	Управление процессами коммуникации, мотивации	<p>Рациональная модель коммуникативного взаимодействия. Организация непрерывного процесса управления коммуникациями. Правовые и этические условия применения инструментов коммуникационного менеджмента. Основные задачи управления процессами коммуникации. Специфика мотивации внешней и внутренней общественности. Основные направления исследования мотивации: теория потребностей, диспозиционная теория, теория рационального выбора, когнитивная теория мотивации. Когнитивная модель мотивации действия.</p> <p>Установление доверия как способ мотивирования. Доверие как категория менеджмента. Зависимость рисков управленческих решений и ответного доверия. Элементы доверия. Теоретико-методологические основания оценки доверия. Доверие и ответная реакция: позитивный и негативный циклы. Влияние доверия на результативность. Подходы к развитию доверия.</p>
7	Формирование корпоративной идентичности. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом.	<p>Виды идентичности. Корпоративная идентичность. Основные направления формирования корпоративной идентичности: вовлечение во взаимодействие, вовлечение в организацию, корпоративные мероприятия. Имидж как</p>

		<p>инструмент бронирования и формирования корпоративной идентичности. Уровни конструирования имиджа. Позиционирование как система стереотипов. Приемы выявления и корректировки стереотипов. Инструментарий имиджирования: мифологизация, эмоционализация, дистанцирование, визуализация, внедрение моделей восприятия. Приемы возвышения и снижения корпоративного имиджа.</p> <p>Планирование системы формальных идентификационных признаков - фирменный стиль. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры. Уровни корпоративной культуры. PR-кампании по продвижению миссии организации. Диагностика отношения занятых к миссии организации. Факторы поддержания миссии: система адаптации занятых, система планирования карьерного роста, система совершенствования персонала, система межличностных коммуникаций, корпоративные мероприятия.</p> <p>Специфика внутриорганизационной коммуникации. Характеристика сильной корпоративной культуры. Типология корпоративных культур. Управление ценностями организации. Типология организационных ценностных стратегий. Методика оценки личностных, социальных, профессиональных и моральных ценностных ориентаций персонала. Ценностные стратегии менеджмента.</p> <p>Методика оценки доверия персоналу. Механизм и принципы обратной связи. Формы организации обратной связи.</p>
8	Анализ целевой аудитории в рекламных коммуникациях.	Анализ целевой аудитории. Создание портрета потребителя, опирающегося на географические, демографические, экономические, психологические и поведенческие характеристики. Психологические, социо-демографические характеристики: пол, возраст, семейное положение, место проживания, доход. Персонифицированные коммерческие предложения.
9	Конкурентоспособность в рекламных коммуникациях	Реклама как необходимый фактор повышения конкурентоспособности предприятий. Три различных подхода к формированию категории "конкурентоспособность": во-первых, наличие собственного мотива к деятельности, ожидание положительных для себя результатов; во-вторых, наличие необходимых ресурсов для реализации деятельности; и, в-третьих, возможность и способность противостоять соперникам.

		Использование нестандартных методов рекламного воздействия.
10	Оценка эффективности коммуникаций	<p>Проблема определения объективных критериев оценки коммуникационных программ. Эффективность как подтверждение результативности коммуникативной деятельности. Модель оценки результатов коммуникативной деятельности. Процедура оценки.</p> <p>Количественные параметры и организация работы по их оценке: процентное изменение осведомленности (социологическое исследование), рост обращений (число заявок), сокращение претензий (число жалоб), частота упоминания в СМИ (мониторинг), отношение лидеров мнений (опрос экспертов), улучшение позиции по отношению к конкурентам (маркетинговые исследования), рейтинг руководства (тестирование сотрудников), затраты времени (временной менеджмент).</p> <p>Оценка управляемости имиджа организации. Имидж-контроллинг. Построение системы индикаторов. Источники и инструментарий сбора информации о имидже. Тематическая матрица контролера. Методы сравнения имиджевых характеристик: семантический дифференциал и профиль восприятия.</p> <p>Экономическая оценка коммуникативных проектов. Метод эквивалентных затрат. Метод дисконтированного денежного потока. Метод дисконтированного срока окупаемости. Оценка эффективности коммуникативной деятельности с учетом российской специфики.</p>
	Зачет	

#### 4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Основные понятия сферы рекламы и коммуникации	<p>Лекция 1.</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Вводная лекция с использованием видеоматериалов</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</p>
2	Введение в современные теории коммуникации	<p>Лекция 2.</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</p>

3	Современные концепции массовых коммуникаций	Лекция 3.  Самостоятельная работа	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4	Новые технологии продвижения и коммуникации с потребителем.	Лекция 4.  Семинар 1.  Самостоятельная работа	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора  Развернутая беседа с обсуждением доклада по кейсу  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Анализ основных механизмов коммуникации: эмоции и память	Лекция 5.  Семинар 2.  Самостоятельная работа	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора  Развернутая беседа с обсуждением доклада  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
6	Управление процессами коммуникации, мотивации	Лекция 6.  Семинар 3.  Самостоятельная работа	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора  Развернутая беседа с обсуждением доклада  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
7	Формирование корпоративной идентичности. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом.	Лекция 7.  Семинар 4.  Самостоятельная работа	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора  Развернутая беседа с обсуждением доклада  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
8	Анализ целевой аудитории в рекламных коммуникациях.	Лекция 8.  Семинар 5.  Самостоятельная работа	Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора  Развернутая беседа с обсуждением доклада  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

9	Конкурентоспособность в рекламных коммуникациях	<p><i>Лекция 9.</i></p> <p><i>Семинар 6.</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора</i></p> <p><i>Развернутая беседа с обсуждением доклада</i></p> <p><i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i></p>
10	Оценка эффективности коммуникаций	<p><i>Лекция 10.</i></p> <p><i>Семинар 7.</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Проблемная лекция с применением презентации в программе Power Point с помощью проектора</i></p> <p><i>Развернутая беседа с обсуждением доклада</i></p> <p><i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i></p>

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- <i>опрос</i>	5 баллов	30 баллов
- <i>участие в дискуссии на семинаре</i>	5 баллов	10 баллов
- <i>контрольная работа (темы 1-5)</i>	10 баллов	10 баллов
- <i>контрольная работа (темы 5-10)</i>	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – <i>зачет</i>		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

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	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной 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/ C	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 приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения 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

#### Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации (зачету)

1. Теории информационно-коммуникативного процесса.
2. Теории взаимодействия СМИ и аудитории.
3. Массовые коммуникации и современность.
4. Теории процесса массовой коммуникации.
5. Место и роль МК в информационно-коммуникативном обществе.
6. Тенденции развития СКМ в мире и России
7. Общие теории коммуникации и функции современных медиа.
8. Система национальных СМИ.
9. Теория «привратника».
10. Теория повестки дня.
11. Теория зависимости СМИ от потребностей аудитории.
12. Феномен эффектов СМИ.
13. Функция социального обмена медиа.
14. Феномен социального обучения.
15. Теория удовлетворения и формирования потребностей
16. Противоречивость эффектов СМИ.
17. Определение и социальные функции коммуникационного менеджмента
18. Модели коммуникационного менеджмента и их связь с типами общественного сознания
19. Понятие репутации и ее роль в корпоративном управлении. Репутационный менеджмент
20. Структура коммуникационной программы
21. Понятие и типологии ключевых аудиторий
22. Принципы целеполагания при планировании корпоративной коммуникации
23. Принципы составления бюджета коммуникационной кампании
24. Критерии оценки эффективности корпоративных коммуникаций

#### Тематика докладов и рефератов

1. Анализ конкретной коммуникационной кампании (case study).

2. Анализ роли и системы лоббирования в государственных структурах.
3. Варианты взаимодействия между консультантом и клиентом коммерческой фирмы.
4. Взаимодействие депутата с избирателем: формы, методы, динамика реагирования.
5. Взаимодействие со СМИ в кризисной ситуации.
6. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
7. Имидж организации как объект управления.
8. Коммуникационная программа для работы с персоналом.
9. Анализ целевых аудиторий: миллениалы.
10. Корпоративная мифология как новый жанр социальной коммуникации.
11. Кросс-культурные различия как фактор социальной коммуникации.
12. Мониторинг СМИ и возможности лингвостатистического анализа в PR.
13. Образ президента компании как главный носитель корпоративной коммуникации.
14. Планирование информационной кампании: цели, аудитория, средства коммуникации.
15. Политический маркетинг: российская специфика.
16. Прикладное коммуникотологическое исследование.
17. Разработка программы для продвижения репутации кампании.
18. Разработка спонсорского пакета.
19. Формирование поведения потребителей средствами маркетинговых коммуникаций.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1 Список источников и литературы

#### Литература

##### *Основная*

Казачихина, И. А. English for students of public relations and advertising: rendering/Казачихина И.А., Шевченко О.Г. - Новосибирск : НГТУ, 2014. - 116 с.: ISBN 978-5-7782-2389-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/546215>

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.znanium.com/catalog/product/1039713>

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.znanium.com/catalog/product/212214>

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.znanium.com/catalog/product/454058>

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.znanium.com/catalog/product/1057513>

##### *Дополнительная*

Бовтенко, М. А. Press Office. English for PR. Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью"/Бовтенко М.А. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 200 с.: ISBN 978-5-7782-2374-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/546342>

Гуревич, В. В. English stilistics. 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.znanium.com/catalog/product/465610>

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.znanium.com/catalog/product/1047387>

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.znanium.com/catalog/product/406099>

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.znanium.com/catalog/product/500661>

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

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
 Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)  
 Emotions and Memory. Режим доступа: <https://www.psychologistworld.com/emotion/emotion-memory-psychology.php>  
 официальные сайты компаний — BBC, Toyota, The Guardian, The New York Times, The Times, Time, Naewsweek и др.  
 материалы блогосферы, социальных сетей, You Tube и др.  
 материалы рекламных кампаний ведущих корпораций.  
 Cambridge University Press  
 ProQuest Dissertation & Theses Global  
 SAGE Journals  
 Taylor and Francis  
 JSTOR

## 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

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ к ЭБС издательства «Юрайт» ([biblio-online.ru](http://biblio-online.ru)), архиву исследовательских журналов JSTOR, МНБД Scopus и Web of Science. Персональные компьютеры, оснащенные операционной системой ОС MS Windows (XP и выше), программным обеспечением MS Office 2003–2010, доступом в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Политическая карта мира.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

- Microsoft Office – Лицензия № 40001532 от 31.12.2007
- Adobe Acrobat – Лицензия № 1118-1003-5566-8837-8180-7067 от 2010 г.
- Abbyy Fine Reader – Лицензия № 09667 от 08.02.2006 Антивирус Kaspersky – Лицензия № 1894141205092525 от 05.12.2014
- Microsoft Windows XP – Лицензия № 40001512 от 22.12.2005
- MSDN (Microsoft Developer Network , Microsoft Dreamspark
- Microsoft Academic Aliance) – Лицензия № 1203794656 от 01.01.2016
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Учебная версия бесплатная
- Abbyy Lingvo – LMRC14000000946409109093 от 22.01.2010

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

3. Консультант Плюс
4. Гарант

## **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

### 9.1 Планы семинарских занятий

Тема 1. Новые технологии продвижения и коммуникации с потребителем.

Вопросы для обсуждения:

1. Теории и подходы к построению деловой репутации.
2. Стратегия диверсификации PR-практик.
3. Стратегический характер комплекса внутренних коммуникаций для управления репутацией компании.

Список литературы:

#### *Основная*

Казачихина, И. А. English for students of public relations and advertising: rendering/Казачихина И.А., Шевченко О.Г. - Новосибирск : НГТУ, 2014. - 116 с.: ISBN 978-5-7782-2389-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/546215>

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.znanium.com/catalog/product/1039713>

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.znanium.com/catalog/product/212214>

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.znanium.com/catalog/product/1057513>

#### *Дополнительная*

Бовтенко, М. А. Press Office. English for PR. Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью"/Бовтенко М.А. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 200 с.: ISBN 978-5-7782-2374-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/546342>

Гуревич, В. В. English stilistics. 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.znanium.com/catalog/product/465610>

## Тема 2. Анализ основных механизмов коммуникации: эмоции и память.

### Вопросы для обсуждения:

1. Механизмы восприятия информации человеком
2. Когнитивные особенности современного человека
3. Система усвоения информации у современных людей
4. Выстраивание системы коммуникации с современной аудиторией

### Список литературы:

#### *Основная*

Казачихина, И. А. English for students of public relations and advertising: rendering/Казачихина И.А., Шевченко О.Г. - Новосибирск : НГТУ, 2014. - 116 с.: ISBN 978-5-7782-2389-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/546215>

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>

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>

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>

#### *Дополнительная*

Бовтенко, М. А. Press Office. English for PR. Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью"/Бовтенко М.А. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 200 с.: ISBN 978-5-7782-2374-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/546342>

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>

## Тема 3. Управление процессами коммуникации, мотивации.

### Вопросы для обсуждения:

Учебное задание 1: ознакомьтесь с основными функциями и задачами, которые выполняют сотрудники отдела коммуникационного менеджмента. Сравните функции и задачи руководителя, специалиста и секретаря. Результаты представьте в виде таблицы.

Учебное задание 2: определите возможности включения отдела коммуникационного менеджмента в организационные структуры функционального, дивизионного и адаптивного типа.

### Список литературы:

#### *Основная*

Казачихина, И. А. English for students of public relations and advertising: rendering/Казачихина И.А., Шевченко О.Г. - Новосибирск : НГТУ, 2014. - 116 с.: ISBN 978-5-7782-2389-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/546215>

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.znanium.com/catalog/product/1039713>

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.znanium.com/catalog/product/212214>

Гиренок, Г.А. English for professional communication : учебно-методическое пособие / Г.А. Гиренок. - Самара: Самарский юридический институт ФЦИН России, 2018. - 60 с. - ISBN 978-5-91612-243-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1057513>

#### *Дополнительная*

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.znanium.com/catalog/product/546342>

Гуревич, В. В. English stilistics. 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.znanium.com/catalog/product/465610>

Тема 4. Формирование корпоративной идентичности. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом.

Вопросы для обсуждения:

Учебное задание: анализ случая (case) для выявления механизма информационного обмена и определения факторов, которые влияют на эффективность процесса коммуникации. : анализ процедур организационной коммуникации.

Параметры организационной схемы коммуникаций:

- субъекты и каналы коммуникации;
- система управленческих действий;
- система регулирования информационного потока;
- система обратной связи;
- система сбора предложений;
- преграды в организационной коммуникации.

Список литературы:

#### *Основная*

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>

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.znanium.com/catalog/product/1039713>

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.znanium.com/catalog/product/212214>

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.znanium.com/catalog/product/1057513>

*Дополнительная*

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.znanium.com/catalog/product/546342>

Гуревич, В. В. English stilistics. 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.znanium.com/catalog/product/465610>

Тема 5. Анализ целевой аудитории в рекламных коммуникациях.

Вопросы для обсуждения:

1. Определите понятие «целевые группы», а также внутреннюю и внешнюю среду с целью создания благоприятных условий для стабильной системы отношений с ними
2. Разработайте коммуникационную стратегию, осуществляемую исходя из актуальных потребностей рынка с учётом предпочтений целевой аудитории, ее ментальности и других факторов

Список литературы:

*Основная*

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>

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.znanium.com/catalog/product/1039713>

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.znanium.com/catalog/product/212214>

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.znanium.com/catalog/product/1057513>

*Дополнительная*

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.znanium.com/catalog/product/546342>

Гуревич, В. В. English stilistics. 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.znanium.com/catalog/product/465610>

## Тема 6. Конкурентоспособность в рекламных коммуникациях.

Вопросы для обсуждения:

1. Проанализируйте критерии эффективности рекламных коммуникаций
2. В чем заключаются особенности конкурентоспособности в рекламных коммуникациях?
3. Как влияет интенсивность информационного сопровождения в рекламной деятельности?
4. Выберите компанию (или любую иную организацию), которую вы хорошо знаете, проанализируйте их конкурентоспособность и ее основные составляющие?

Список литературы:

### *Основная*

- Казачихина, И. А. English for students of public relations and advertising: rendering/Казачихина И.А., Шевченко О.Г. - Новосибирск : НГТУ, 2014. - 116 с.: ISBN 978-5-7782-2389-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/546215>
- 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.znanium.com/catalog/product/1039713>
- 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.znanium.com/catalog/product/212214>
- 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.znanium.com/catalog/product/1057513>

### *Дополнительная*

- Бовтенко, М. А. Press Office. English for PR. Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью"/Бовтенко М.А. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 200 с.: ISBN 978-5-7782-2374-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/546342>
- Гуревич, В. В. English stilistics. 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.znanium.com/catalog/product/465610>

## Тема 7. Оценка эффективности коммуникаций.

Вопросы для обсуждения:

1. Проанализируйте сложности выбора критериев для оценки эффективности.
2. Проанализируйте эффективность выбранных рекламных кампаний ряда компаний.
3. Каковы критерии эффективности коммуникативных кампаний.

### Список литературы:

#### *Основная*

Казачихина, И. А. English for students of public relations and advertising: rendering/Казачихина И.А., Шевченко О.Г. - Новосибирск : НГТУ, 2014. - 116 с.: ISBN 978-5-7782-2389-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/546215>

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>

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>

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>

#### *Дополнительная*

Бовтенко, М. А. Press Office. English for PR. Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью"/Бовтенко М.А. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 200 с.: ISBN 978-5-7782-2374-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/546342>

Гуревич, В. В. English stilistics. 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>

## **9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

Письменные работы по курсу (аналитическое задание, реферативный доклад, публичное выступление) выполняются на листах белой бумаги формата А4 (стандартная бумага для принтера). Поля – сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт желательнее использовать стандартный, без насечек (рекомендуется гарнитура Times New Roman), кегль 12, интервал одинарный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц внизу посередине. Они нужны везде, кроме первого (титального) листа. Для оформления ссылок используйте функцию «сноски внизу страницы» в программе Word.

Каждый раздел работы, если он занимает несколько страниц, целесообразно начинать с новой страницы. Если раздел занимает полстраницы, новый раздел можно начать на текущей. Названия разделов выделить жирным шрифтом, выравнивать по центру.

При выставлении оценок за текст реферативного доклада учитывается: объем и качество проведенной работы с научной литературой по теме доклада, содержание и стиль изложения самого текста доклада, наличие и качество справочно-библиографического аппарата работы (ссылки на источники должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5 –

2008), умение студента анализировать прочитанное, сравнивать различные точки зрения на проблему и аргументировать собственное мнение, оформление реферативного доклада.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (*модуль*) «Геобрендинг территорий (на английском языке)» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью, кафедрой культуры мира и демократии (ЮНЕСКО) факультета востоковедения и социально-коммуникативных наук.

Цель дисциплины: дать студенту системные знания и опыт анализа актуальной зарубежной профессиональной литературы посвященной различным профессиональным вопросам современной коммуникатологии и сферы рекламы.

Задачи дисциплины:

- проанализировать круг наиболее значимых проблем современной коммуникатологии, которые поднимаются в англоязычной литературе;
- дать системные знания о профессиональной литературе, ее тематике, структуре и стилистике;
- изучить подходы к анализу иностранной профессиональной литературой;
- освоить формы и методы работы, связанные с анализом профессиональных англоязычных текстов;
- научить успешным приемам логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах на английском языке.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

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

УК-4.1 Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия;

УК-4.2 Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и);

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.

ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

Знать: принципы ведения деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке, а также грамматические и стилистические нормы иностранного языка, в размере, необходимом для профессионального общения, уметь понимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную профессиональную информацию на иностранном языке; базовые навыки перевода с иностранного на русский язык и с русского на иностранный язык, уметь использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для профессиональных целей на иностранном языке; основные принципы работы с профессиональными текстами в сфере коммуникации, принципы аналитической работы с

англоязычными текстами.

Уметь: применять нормы иностранного языка, а также уметь логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные средства взаимодействия в профессиональном общении, базовые навыки перевода с иностранного на русский язык и с русского на иностранный, а также вести деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке; применять информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для профессиональных целей на иностранном языке; использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; выявлять смысловые категории профессиональных текстов и применять общенаучные методы анализа текстов.

Владеть: приемами ведения деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке в профессиональном общении. а также применять базовые навыки перевода с иностранного на русский язык и с русского на иностранный язык; применять информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для профессиональных целей на иностранном языке; нормами культуры речи; навыками рационального чтения, слушания, говорения и письма.

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет \_\_3\_\_ зачетные единицы.