

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра иностранных языков (английский язык)

Перевод профессиональных текстов

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью

Наименование направленности: Современные коммуникации и реклама

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Перевод профессиональных текстов

Рабочая программа дисциплины

Составители:

доцент каф. англ. яз. Л.И. Пирогова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 4 от 16.12.2024

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	5
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	10
2.	Структура дисциплины	10
3.	Содержание дисциплины	11
4.	Образовательные технологии	13
5.	Оценка планируемых результатов обучения	17
5.1.	Система оценивания	17
5.2.	Критерии выставления оценки по дисциплине	18
5.3.	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	19
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	40
6.1.	Список источников и литературы	40
6.2.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
6.3.	Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	42
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья	43
9.	Методические материалы	43
9.1.	Планы семинарских / практических / лабораторных занятий.	43
9.2.	Методические рекомендации по подготовке письменных работ	49
9.3.	Иные материалы	49
	Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	51

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1. Цель и задачи дисциплины

Дисциплина «Перевод профессиональных текстов», является обязательной частью блока учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью, направленности: «Современные коммуникации и реклама». Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой иностранных языков.

Программа дисциплины «Перевод профессиональных текстов» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО

Целью курса является овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной и научной сфер деятельности, коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках, а также для дальнейшего самообразования, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения.

Образовательная цель предполагает изучение иностранного языка не как лингвистической системы, а как средства межкультурного общения и инструмента познания культуры определенной национальной общности, в том числе лингвокультуры. Приобщение к элементам этой культуры рассматривается как обязательное условие успешных непосредственных и опосредованных речевых профессиональных и личностных контактов с представителями данной культуры.

Развивающая цель предполагает учет личностных потребностей, интересов и индивидуальных психологических особенностей обучаемых, общее интеллектуальное развитие личности студента, овладение им определенными когнитивными приемами, позволяющими осуществлять познавательную, коммуникативную деятельность, развитие способности к социальному взаимодействию, формирование компенсирующих/компенсаторных умений, в том числе, умений уточнять элементы высказывания с помощью вербальных и невербальных средств общения, а также умений самосовершенствования.

Воспитательная цель предмета. «Перевод профессиональных текстов»- формирование уважительного отношения к духовным и материальным ценностям других стран и народов, совершенствование нравственных качеств личности студента.

Задачи дисциплины - формирование у обучающихся

- социокультурной компетенции и поведенческих стереотипов, необходимых для успешной адаптации выпускников на рынке труда;
- навыков аргументации и ведения дискуссии;
- навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности;
- навыков свободно пользоваться иностранным языком для решения задач межличностного и межкультурного общения;
- навыков самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности;
- способности совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень.

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>УК-4.Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>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);</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методику работы с/над текстами социальной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать навыки работы с информацией из различных источников на иностранном языке для решения общекультурных и профессионально значимых задач; – понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран; – выполнять письменные и устные переводы материалов профессионально значимой направленности с иностранного языка на русский и с русского на иностранный язык; – создавать и редактировать тексты основных жанров деловой речи; – редактировать тексты профессионального и социально значимого содержания на родном и иностранном языках. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методикой и приемами перевода (реферативного, дословного); – приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности;

		<p>– навыками по рецензированию и редактированию социальных, научно-популярных, научных, и публицистических работ по направлению подготовки на иностранном языке.</p>
--	--	---

<p align="center">ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</p>		
<p>ОК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p>	<p>Знать: – методики поиска, сбора и обработки информации с помощью информационно коммуникационных технологий; - актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: - находить, систематизировать и обобщать информацию академического и профессионального характера; - представлять информацию на русском и иностранном языке с помощью информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>Владеть: – навыками поиска научной и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, ресурсами информационно-телекоммуникационной сети Интернет); - навыками установления контактов и организации общения в соответствии с потребностями совместной профессиональной деятельности, используя современные коммуникационные технологии</p>

1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Перевод профессиональных текстов», является обязательной частью блока учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью, направленности: «Современные коммуникации и реклама».

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента-бакалавра и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности. Преподавание дисциплины «Перевод профессиональных текстов» органично вписывается в программу непрерывной подготовки специалиста для управленческой деятельности, и, учитывая знания, полученные в процессе предшествующего обучения, подразумевает значительное углубление и расширение имеющихся умений и навыков.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для расширения кругозора студентов, повышения уровня их общей культуры и образования, а также культуры мышления, общения и речи.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

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

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
3	Практические занятия	42
Всего:		42

Объем дисциплины 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
3	Практические занятия	24
Всего:		24

Объем дисциплины 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:

Курс	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Практические занятия	12
Всего:		12

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часов.

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Сферы и ситуации иноязычного общения	<p><u>1. Творческий поиск и осмысление информации:</u> - работа со специальной литературой профессиональной направленности, с обзорами, статьями из научных периодических изданий, с профессиональными материалами в компьютерных сетях (Internet).</p> <p><u>2. Устные контакты.</u></p> <p><u>3. Письменные контакты.</u> - реферирование; - аннотирование; - написание тезисов, сообщений, докладов.</p> <p><u>4. Чтение:</u> - владение всеми видами чтения оригинальной литературы, в том числе: а) ознакомительным чтением со скоростью 180-200 слов/мин. без словаря; количество неизвестных слов не превышает 4-5% по отношению к общему количеству слов в тексте; б) изучающим чтением – количество неизвестных слов не превышает 8% по отношению к общему количеству слов в тексте; допускается использование словаря.</p> <p><u>5. Говорение и аудирование:</u> участие в диалоге (беседе); выражение определенных коммуникативных намерений (запрос/сообщение информации – дополнительной, детализирующей, уточняющей, иллюстрирующей, оценочной; выяснение мнения собеседника; совет; выражение собственного мнения по поводу полученной информации; выражение одобрения/недовольства, сожаления,</p>

		<p>удивления/недоумения, уклонение от ответа);</p> <ul style="list-style-type: none"> - сообщение (монологическое высказывание профессионального характера в объеме не менее 15-18 фраз за 5 минут в нормальном среднем темпе речи); - понимание сообщения профессионального характера (в монологической форме и в ходе диалога), относящегося к одной из указанных сфер и ситуаций общения, длительностью до 3 минут звучания в нормальном среднем темпе речи. <p><u>6. Письмо:</u> составление плана, сообщения/доклада, реферата, анкеты в соответствии с указанными сферами и ситуациями общения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - перевод с иностранного языка на русский и с русского языка на иностранный.
2.	Формирование и совершенствование языковых навыков	<p><u>1. Лексика</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - развитие лексических навыков. Характер лексического материала – общенаучная и профессиональная лексика, в том числе терминологическая лексика. - дальнейшее расширение потенциального словаря. <p><u>2. Грамматические дидактические единицы</u></p> <p><u>а) для чтения и письменной фиксации информации:</u> Усложнение структуры (конструкции) в составе предложения, распознавание и понимание форм и конструкций, характерных для конкретного подъязыка и языка делового общения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Формальные признаки атрибутивных комплексов (цепочки существительных и прилагательных). 2) Формальные признаки логико-смысловых связей между элементами текста (союзы, союзные слова, клишированные фразы, вводные обороты и конструкции, слова-сигналы ретроспективной (местоимения) и перспективной (наречия) связи. 3) Формальные признаки придаточного бессоюзного предложения – отсутствие союза/союзного слова. <p><u>б) для устной речи и письменной передачи информации:</u> Грамматические формы и конструкции, обозначающие:</p>

		<p>1) Логико-смысловые связи – союзы/союзные слова, клишированные словосочетания.</p> <p>2) Лексико-грамматические средства связи предложений и абзацев.</p> <p>3) Эмфатические / инверсионные конструкции.</p> <p>4) Местоимения, слова-заместители.</p> <p>5) Сложные и парные союзы.</p> <p>Тематика дидактических материалов для обучения различным видам речевой деятельности: общенаучная, профессиональная.</p>
--	--	--

4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Информационные и образовательные технологии</i>
1	Branding	<p>Практическое занятие</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>1. Развитие навыков чтения (поискового, изучающего, аналитического).</p> <p>2. Развитие навыков устной (диалогической и монологической) и письменной речи под руководством преподавателя.</p> <p>3. Использование аудио- и видеоматериалов, компьютерных технологий для развития навыков аудирования.</p> <p>4. Выполнение заданий на прямой и обратный перевод текстов и отдельных предложений.</p> <p>5. Развернутая беседа с обсуждением доклада по теме урока</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</p>
2	Advertising	<p>Практическое занятие</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>1. Развитие навыков чтения (поискового, изучающего, аналитического).</p> <p>2. Развитие навыков устной (диалогической и монологической) и письменной речи под руководством преподавателя.</p> <p>3. Использование аудио- и видеоматериалов, компьютерных технологий для развития навыков аудирования.</p> <p>4. Выполнение заданий на прямой и обратный перевод текстов и отдельных предложений.</p> <p>5. Развернутая беседа с обсуждением доклада по теме урока</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</p>

6	Advertising Copy	Практическое занятие	1. Развитие навыков чтения (поискового, изучающего, аналитического). 2. Развитие навыков устной (диалогической и монологической) и письменной речи под руководством преподавателя. 3. Использование аудио- и видеоматериалов, компьютерных технологий для развития навыков аудирования. 4. Выполнение заданий на прямой и обратный перевод текстов и отдельных предложений. 5. Развернутая беседа с обсуждением доклада по теме урока
		Самостоятельная работа	Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

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:		
- опрос	5 баллов	25 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	5 баллов
- тестирование	10 баллов	15 баллов
- защита итоговой контрольной работы	10 баллов	15 баллов
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)		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 ниже приведенной таблицей.

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	А
83 – 94			В

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

<i>Баллы/ Шкала ECTS</i>	<i>Оценка по дисциплине</i>	<i>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</i>
100-83/ А,В	«отлично» / «зачтено (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/ С	«хорошо» / «зачтено (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 (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</p>

<i>Баллы/ Шкала ECTS</i>	<i>Оценка по дисциплине</i>	<i>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</i>
		<p>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 выставляются 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> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

Текущий контроль

Контроль подготовки по иностранному языку осуществляется в письменной и в устной форме, проверяется качество компетенций и их соответствие уровню подготовки студента. Формы контроля воспроизводят ситуации чтения, аудирования, устной речи и письма, наиболее типичные для разных видов бытового, официально-делового и профессионального общения.

Текущий контроль знаний студентов проводится поэтапно (как по изучении отдельной темы, так и после прохождения всего модуля) и представляет собой отчетность студентов за следующие виды работ:

1. Контрольные (письменные) работы студентов в аудиторное время (на знание специальной терминологии, а также по лексико-грамматическим трудностям и особенностям перевода текстов общенаучной и профессиональной направленности).
2. Блиц контроль (письменные лексико-грамматические проверочные задания небольшого объема по прохождении части специализированного модульного курса).

3. Контрольные аттестации (устный опрос / собеседование / коллоквиум) по материалу текстов из специальной литературы общенаучной и профессиональной направленности.

4. Индивидуальная внеаудиторная самостоятельная работа студентов (по лексико-грамматическим структурам, характерным для стиля научной речи, выполнение заданий «Рабочих тетрадей студента», написание домашних изложений, сочинений, эссе).

5. Этно-лингво-культурный анализ текстов из научно-популярной, специальной литературы профессиональной направленности, работа с обзорами, статьями из научных периодических изданий, работа с монографиями, рефератами, с материалом компьютерных сетей (Internet).

6. Написание тезисов; аннотаций (как видов работы над специальными текстами).

7. Перевод (реферативный, литературный) как вид работы над текстами профессиональной направленности.

8. Написание рефератов по тематике специальности студентов с использованием аутентичных материалов, архивных материалов (обнаруженных в результате патентного и библиографического поиска, в том числе в компьютерных сетях).

9. Аудирование текстов описательного научного характера.

10. Аттестация по итогам практических занятий (посещаемость, подготовка к занятиям и т.п.).

При оценивании степени выполнения задания или ответов учитывается:

– материал не освоен, знание носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе;

– материал освоен частично, допущено не более двух-трех недочетов;

– материал освоен почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно;

– материал освоен полностью, задачи курса выполнены на 100 %.

Итоговая письменная работа по лексико-грамматическим трудностям и особенностям текстов профессиональной направленности, на знание специальной терминологии и владение приемами перевода, реферирования и аннотирования специальных текстов проводится в конце семестра и имеет целью определение степени и качества усвоения студентами концептуального содержания специализированного профессионального модуля / модулей.

В процессе текущего и промежуточного контроля по всем перечисленным выше видам работ проверяется качество сформированных компетенций, языковых умений и навыков, а также их соответствие требованиям к результатам освоения дисциплины.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Text I

I. Read the title of the article below and comment on it.

II. Answer the questions.

1. Where can you see a logo?

2. What is the main function of a logo?

3. How does a logo associate with a brand?

III. Read the following words and word combinations and explain their meaning in English. Look up the dictionary for the meaning and pronunciation if necessary. Supply the Russian equivalent.

1. e.g. throughout the day = during the day
2. to take smth for granted
3. to keep smth top of mind
4. to find a product on the laundry detergent shelf
5. from a marketing perspective
6. to bring emotions to smb
7. to differentiate a brand within a category
8. a short cut
9. consciously
10. instant awareness
11. to be a vibrant part of smth
12. to convey

IV. Read the article and say what the author wants the readers to realize. Use the following clichés:

The article discusses / treats the opinion / stresses / concentrates on / deals with

What Is a Logo? Just the Beating Heart of Your Brand, That's All

The fundamental logo is probably one of the most overlooked pieces of any business. I know we see literally hundreds of them all throughout the day, but what exactly is a logo? I'm betting most wouldn't be able to answer this question, at least not in a simple manner. A logo is a fundamental part of any brand and any marketing plan, yet it is probably one of the most overlooked pieces of any business.

Let's face it: we tend to take brand logos for granted.

So what exactly is a logo and what does it do?

At first glance, a logo helps us recognize a brand name and reminds us of its existence, helping keep it top of mind. Without a logo, the product would certainly disappear. You can't really be a brand without a logo. Imagine trying to find Tide on the laundry detergent shelf if there wasn't a big orange Tide logo on all the packaging?

From a marketing perspective, though, logos do a lot more than just aid in recognition. Logos represent all that is important about the brand, and signals all of the promises it makes to its customers.

When we see the Coca-Cola logo, we think of all the emotions that Coca-Cola brings to us. We think of happiness, Americana and maybe summer family picnics. This is likely true across cultures and in fact the sign of a truly effective logo is when it's recognizable in any language. Logos also help to differentiate a brand within a category where each brand tends to have its distinctive color, type treatment, and graphic design. No two logos can ever be alike, particularly within the same industry.

Can you imagine Tylenol not being red? Or UPS not being brown? Or Apple not having an apple?

Logos also give us a shortcut right to the emotional benefit of the brand. Logos spark an emotion in our minds of what that brand is all about. It's hard not to get inspired when you see a Nike logo, for example, especially if you are remotely athletic and a brand fan.

In many cases, the brand name doesn't even have to be a part of the logo in order to communicate the emotion.

The problem is that we tend to take brand logos for granted. We get so used to them that we don't even consciously notice them anymore. While they offer instant awareness and an immediate communication of an emotional benefit, they do tend to disappear from our view without us really knowing it. Or don't they?

While the conscious doesn't read them, the subconscious certainly does by drawing up memories of what the brand is all about. Which is why the logo is so important, and such a vibrant part of any brand.

As a small business owner and entrepreneur, you should think long and hard about your logo. Every element should be a conscious decision about how you want to communicate your brand and the emotional benefit you offer. Choose your color(s) wisely and make sure it's unique in your industry. Choose a special type treatment and any graphic design that conveys the energy of your brand, and what your customers receive from it.

source: <https://www.entrepreneur.com>

V. Scan the article and define main points and minor details.

	Mainpoint	Minor Detail
A logo is quite essential in terms of marketing.		
No brand can exist without a logo.		
A Coca-Cola logo arouses emotions that this product brings.		
A logo with its colours, font and design helps brand differentiation.		
A logo doesn't need to bare a brand name.		
People are accustomed to logos.		
A logo brings immediate awareness of a brand.		
Sub-conscious rather than conscious brings up memories about the brand.		
Every business owner should think about a logo.		
A logo conveys the emotional benefit of the brand.		

VI. Split the article into major themes and make up a plan.

VII. Add key expressions to each part of your plan and retell the article.

Text II

I. Comment on the following quotation:

Sanely applied advertising could remake the world. (Stuart Chase, writer 1888-1985)

Use the following clichés:

As far as I am concerned

It's an open secret that

Though I can't say for sure I think

II. Skim the article and find out what all 5 ways of advertising your site has in common.

Use the following clichés:

The way I see it,
I dare say
My own view is

Five Best Ways to advertise your website

Lorraine Kerns' Personal Blog About Advertising

We all know that the internet is a big pool of information; when you write a search term, you will get thousands of results in a blink of an eye. Putting up a business website is very easy but making your brand identity is what calls for a great deal of time and effort. Though the internet world, we know, is full of highly valuable SEO, SEM, and PPC techniques yet you have to be careful when choosing a particular marketing strategy to build backlinks for your website as it can either make or break your business. There exists a thin line between the white hat SEO and black hat marketing; you'd better understand the difference between both terms. If you are not acquainted with legal and illegal SEO, you are more likely to put your website at risk and the results would be highly unpredictable.

When marketing your website on your own, make a floor plan and put down all the best strategies that you know. Collect the information about all methods one-by-one and know their advantages and disadvantages. It is said that search engine optimization and marketing are just like fighting a battle; you may win the game or lose it, you never know the result until you reach the end. So just keep to white hat SEO methods and hope for the best!

Though there are tens and thousands of ways to advertise a personal or business website; however, some are being preached and recommended at large by the marketing gurus such as:

1. **Social Media:** Social media networks have become a backbone of the internet world. You can make the most of these networks for advertising your products and services. Some media sources like Facebook, MySpace, and Twitter have become outrageously famous with the marketers and webmasters for the fact that they help you get access to a whole lot of people in just few clicks. These networks are an easy way to interact with the targeted audience and market the website in an epic way, and you can do it by making your separate business page, listing everything you offer or provide. A plus factor about marketing on social media is that you can advertise your website absolutely free without having to worry about capital investment. But if you have already put aside some cash to invest on the ad campaign, you can go for the Facebook PPC program to get more visitors to your website. Keep in mind that Pay Per Click programs are very profitable and result-oriented, but you need to search for the right keywords prior to promoting your advertisement. The key to get success on the networks is to stay connected with your subscribers and customers, and keep sharing interesting stuff with them to assure that you love communicating!

2. **Guest Posting:** Guest posting is another great way to advertise your website. Do your search and find high authority websites related to your niche. Post high-quality content on these blogs by putting your websites' link in the author's bio section. Some bloggers may accept contextual links in the content, make sure to read the guidelines of the particular blog and understand it fully before you submit your article for inclusion. The traffic from your guest posts will be diverted to your website if users like the information you have provided in the post.

3. **Blog Commenting:** Blog commenting is an easy yet powerful way to advertise your website. Find out some good blogs that go with your business or website niche. Take your time in exploring these blogs, read some posts and leave your response in the comment. Don't write

short sentences ‘I like this post,’ or ‘this is an informative post,’ instead write a catchy comment to prove that you have read the post and felt inclined to write something on or about it, and that you are a real reader, not a spammer. You can build your online presence in the short time period through blog commenting, but do it correctly and try to be active in the community discussion to get more visitors to your website.

4. **Directory Submission:** Many marketers believe that directory submission has become an outdated approach of web marketing, which is not cutting anymore considering the strict search engine rules and regulations. The truth is, the method is still working if you play the fair game and post only unique, fresh, and readable content to get backlinks. Restrain from posting spun content to create backlinks, it can hurt your ranking as well as your reputation on the search engine. If you can’t write 100 of articles every month for directory submission, just write 10 and get them submitted in the high PR directories like Ezine, Articlebase, and Go Articles.

5. **Video Marketing:** Without any doubt, visual media and network has a great power to send unlimited, quality visitors to your website. Get some niche-specific videos and get them posted on all video networks to get more exposure to your business.

source: <http://lorainnekerns.blogspot.ru/>

III. Look up the dictionary for the meaning and pronunciation of the following words and word combinations. Supply their Russian equivalents.

1. in a blink of eye
2. SEO - Search Engine Optimizer
3. SEM - Search Engine Marketing
4. PPC - Pay Per Click
5. to build backlinks for your website
6. white hat SEO
7. black hat marketing
8. at large
9. to search for the right keywords
10. to accept contextual links in the content
11. to submit an article for inclusion
12. ranking and reputation
13. to get more exposure to your business

Exit Test

Complete all seven sections. There are one hundred marks in total.

SECTION 1: VOCABULARY

1 Tick the correct word from a), b) or c).

- 1 Singapore and Lufthansa have announced a _____ alliance with implications for their competitors.
a) merger b) strategic c) acquisition
- 2 If we have one more _____ on, this they’ll start imposing penalties.
a) late b) delay c) hold
- 3 I’ve been _____ the hardest task of all.
a) made b) get c) assigned
- 4 _____ of employees via spyware is illegal in this country.
a) Surveillance b) Intelligence c) Data

- 5 Around the summer holidays we always launch a seasonal _____ to attract holiday makers.
 a) promotion b) relations c) marketing
- 6 A US attorney is known as a _____ in Britain.
 a) plaintiff b) lawyer c) judge
- 7 _____ identity is the way in the which a company uses design and colours to say this is what we are.
 a) Brand b) Policy c) Corporate
- 8 The _____ for these shares is good. Let's keep them.
 a) portfolio b) venture c) forecast
- 9 We expect over a million tons of _____ oil per year.
 a) crude b) power c) energy
- 10 An IPO is an _____ public offering.
 a) institutional b) individual c) initial
- 11 These new government regulations really present a _____ to entry in this business.
 a) boundary b) barrier c) disadvantage
- 12 My staff are very _____ to me. I would trust them all.
 a) loyal b) motivated c) dynamic

SECTION 2: LANGUAGE

2 Write the word in brackets in the appropriate form.

- 13 Come the year 2020, governments on all sides _____ (battle) with the problems of global warming.
- 14 If you _____ (be) in my position, how would you approach it?
- 15 _____ you _____ (get) what you need from our current discussions?
- 16 The product, which _____ (launch) last week at the Expofair, has already sold beyond our initial estimates.
- 17 Third generation networks, _____ (offer) lots of extra capacity, will lead to lower prices.
- 18 Inflation is expected _____ (grow) by another point five per cent this year.
- 19 This change has proved _____ (particular) difficult for many of our older employees.
- 20 If it hadn't been for nuclear power, this country _____ (be) in an energy crisis now.
- 21 She said that she _____ (work) there all day without a break.

SECTION 3: READING

3 Match titles a-h from the Economist readings in the course book to sentences 22-29 taken from the articles. Write your answer here:

22 _____ 23 _____ 24 _____ 25 _____ 26 _____ 27 _____ 28 _____ 29 _____

- a) Think before you meet
 b) Freud, folly and finance
 c) Up, up and away.
 d) The harder hard sell
 e) A path to helping the poor
 f) The march of the mobiles
 g) The people vs the USA
 h) How about now?

- 22 “The only way to solve the problems of poverty and terrorism in the world today,” he says, “is through investment.”
- 23 With better informed consumers, the result is that some of the traditional methods of advertising and marketing simply no longer work.
- 24 Today Daniel Kaufman is in demand by Wall Street traders...but, he says, there are plenty of others that still show little interest in understanding the roots of their poor decisions.
- 25 “Despite IT, we all go to more and more of them.” reflects Jonathan Day of McKinsey. But there must be a way to make them work.
- 26 On the face of it, why shouldn’t a company that does something wrong pay the price?
- 27 GE’s aim is to monitor everything in real time...
- 28 Almost everybody in the world now has one, and growth is booming in the developing world, too.
- 29 In the midst of a landscape of mud and men rises a vast glass-fronted box that will soon be Britain’s largest free-standing building. This is Heathrow airport’s fifth terminal, destined to cater for 30m passengers a year.

SECTION 4: CAREER SKILLS

4 Write in the missing words in these questions.

- 30 _____ can I help you?
- 31 _____ there anything I can do?
- 32 _____ can we set up a meeting?For next week?
- 33 _____ do you think of that new film?
- 34 _____ you like playing golf?
- 35 _____ much are you budgeting for?
- 36 _____ that sound doable?
- 37 _____ didn’t you follow my instructions?
- 38 _____ you know who I could ask for advice on this?
- 39 _____ what happened next?
- 40 _____ everything going smoothly?
- 41 _____ do we go from here?
- 42 _____ idea what the problem is?
- 43 _____ ‘s up? Is there a problem?
- 44 _____ are things going?
- 45 _____ you like to take full responsibility for this?

SECTION 5: WRITING

5 You have been asked to manage the setting up of English language classes for employees at your company. Write a feasibility report. Write what you will need to consider at each stage of setting up this project under the sub-headings below. There are 2 marks per section.

Evaluate the risk factor

(46/47) *First of all we need to consider* _____

Forecast the costs

(48/49) *Secondly* _____

Select the teachers/language school

(50/51) _____

Organise facilities

(52/53) _____

Monitor delivery

(54/55) _____

Obtain progress reports

(56/57) _____

Review results

(58/59) _____

Evaluate overall performance

(60/61) *Finally* _____

SECTION 6: LISTENING

Part 1

6 Complete these four extracts from emails by listening to four short conversations. The emails have been sent by one of the speakers. Complete the emails with words from the listening. Listen twice.

Listening 1:

Track 7

I regret to inform you that I have been unable to get all the (62) _____ for all our subsidiaries. Currently I have been able to obtain the (63) _____ for Europe only. I should be able to provide you with...

Listening 2:

With reference to the figures you sent for the (64) _____ department, I'm afraid I don't have time to (65) _____ them. I would be grateful if you could do this (66) _____.

Listening 3:

I'm sorry to hear that you've been unable to discover what the cause is of the (67) _____ to fail. I would like to suggest that you arrange (68) _____ with the people who installed the (69) _____.

Listening 4:

Further to your questions about your presentation to the (70) _____ about how to improve the (71) _____ system, I suggest you just focus on plans

for the (72) _____. Please find attached a copy of the (73) _____ we prepared which you can show them.

Part 2

Track 8

7 Listen to a talk about Google. Write down the missing words and numbers in the *Key Facts* below. See the first example. Listen twice.

KEY FACTS OF GOOGLE IPO: Revenues from <u>sale of stocks</u> : \$1.7 billion. Number of (74) _____ sold: 20 million Estimated revenue hoped for: (75)\$ _____ billion Estimated number of stocks to sell: (76) _____ million Actual price: (77)\$ _____ (78) _____ price: Between \$108-£135 Timing of IPO: Month of (79) _____ (80) _____ : \$125
--

SECTION 7: SPEAKING

(81-100)

8 Prepare a presentation for your teacher about you and your company. Include the following:

- introduce yourself appropriately
- describe your job
- describe your company
- present the company structure (with a visual aid)
- present the company's recent performance
- describe the future plans of the company
- explain why the company is a good investment

Your teacher will also ask you three questions at the end and mark your talk using the scorecard below. The teacher circles 1 mark if a student includes the area and circles 2 marks for communicating it accurately and effectively. There is a maximum of twenty marks.

The student:

introduced him/herself appropriately	1	2
described his/her job	1	2
described his/her company	1	2
presented the management structure (with a visual aid)	1	2
presented the company's recent financial performance	1	2
described the future plans of the company	1	2
explained why the company is a good investment	1	2
answered a question about his/her job or company	1	2
answered a second question about his/her job or company	1	2
answered a third question about his/her job or company	1	2

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Источники

1. Электронная библиотека РГГУ <https://liber.rsuh.ru/>
2. Юрайт - образовательная платформа <https://urait.ru/>
3. Znanium.com - электронно-библиотечная система <https://znanium.com/>

Список источников и литературы

Основная литература

1. Пирогова Л. И. Учебное пособие "Английский для маркетинга и рекламы", Москва РГГУ, 2021, 116 стр, 5,8 п.л. <http://elib.lib.rsuh.ru/elib/000015782>
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, 2025. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17896-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/561203> (дата обращения: 28.01.2025).

Дополнительная литература

1. Чикилева, Л. С. Английский язык для публичных выступлений (B1-B2). English for Public Speaking : учебное пособие для вузов / Л. С. Чикилева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08043-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512417>
2. Гарбовский, Н. К. Теория перевода : учебник и практикум для вузов / Н. К. Гарбовский. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 387 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07251-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560380> (дата обращения: 28.01.2025).
3. Воронцова, Ю. А. Практический курс разговорной речи на английском языке. English conversation practice : учебное пособие для вузов / Ю. А. Воронцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15221-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520212>
4. Латышев, Л. К. Технология перевода : учебник и практикум для вузов / Л. К. Латышев, Н. Ю. Северова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00493-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560200> (дата обращения: 28.01.2025).

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля)

1. www.rusneb.ru - Национальная электронная библиотека (НЭБ)
2. www.elibrary.ru - ELibrary.ru Научная электронная библиотека
3. www.grebennikon.ru - Электронная библиотека Grebennikon.ru
4. <http://study-english.info> - Сайт для изучающих английский язык, студентов, преподавателей вузов и переводчиков
5. <http://www.mystudy.ru> - Английская грамматика на MyStudy.ru
6. <http://www.homeenglish.ru/Grammar.htm> - Английская грамматика на HomeEnglish.ru
7. <http://www.study.ru/support/handbook> - Справочник по грамматике английского языка на Study.ru
8. <http://www.grammar.sourceword.com> - Практическая грамматика английского языка на Grammar.Sourceword.com
9. <http://www.native-english.ru/grammar> - Практическая грамматика английского языка на Grammar.Sourceword.com - Грамматика английского языка на Native-English.ru

10. <http://www.alleng.ru/english/engl.htm> - Учебные материалы по английскому языку, ссылки на учебные сайты, библиотеки и справочники, банки и коллекции рефератов, курсовых и пр.

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

Для обеспечения дисциплины «Перевод профессиональных текстов» используется материально-техническая база образовательного учреждения: компьютерные классы, демонстрационные приборы, мультимедийные средства, учебные фильмы, тренажеры и научная библиотека РГГУ.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Амадеус
4. 1С: Предприятие
5. ABBYY Lingvo
6. Acrobat Professional 9
7. Corel Painter 11 Education License English
8. Delphi 2010 Professional ELS AcademicConLic
9. QuarkXPress 9, Единый, Полный, Образование, Europe East Edition
10. SonySoundForge 10 Академический Академическая Лицензия,
11. Wowza Media Server 2
12. Kaspersky Endpoint Security

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

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 аудио файла.

- 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 аудио файла.

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

Методические указания представляют собой план занятий, структурированный по темам курса, разделы которого включают цель (задачи) занятия, образовательные технологии, содержание. Методические указания должны обеспечивать преподавание дисциплины в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом.

Тема 1. Branding

Виды работы:

1. Развитие навыков чтения (поискового, изучающего, аналитического).
2. Развитие навыков устной (диалогической и монологической) и письменной речи под руководством преподавателя.
3. Использование аудио- и видеоматериалов, компьютерных технологий для развития навыков аудирования.
4. Выполнение заданий на прямой и обратный перевод текстов и отдельных предложений.
5. Развернутая беседа с обсуждением доклада по теме урока

Вопросы для обсуждения:

1. Some people consider a company logo or name to be a brand. To what extent are they right or wrong?
Is marketing equivalent to Branding ?
2. How does Philip Kotler define a brand?
3. What functions does a brand comprise?
4. What activities does branding involve?
5. How does a brand work as a psychological trigger?
6. How does branding reach target audience?
7. How does branding help outperform competitors?

Список источников и литературы

Основная литература

1. Пирогова Л. И. Учебное пособие "Английский для маркетинга и рекламы", Москва РГГУ, 2021, 116 стр, 5,8 п.л. <http://elib.lib.rsuh.ru/elib/000015782>
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, 2025. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17896-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/561203> (дата обращения: 28.01.2025).

Дополнительная литература

1. Чикилева, Л. С. Английский язык для публичных выступлений (B1-B2). English for Public Speaking : учебное пособие для вузов / Л. С. Чикилева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08043-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512417>
2. Гарбовский, Н. К. Теория перевода : учебник и практикум для вузов / Н. К. Гарбовский. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 387 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07251-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560380> (дата обращения: 28.01.2025).
3. Воронцова, Ю. А. Практический курс разговорной речи на английском языке. English conversation practice : учебное пособие для вузов / Ю. А. Воронцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15221-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520212>
4. Латышев, Л. К. Технология перевода : учебник и практикум для вузов / Л. К. Латышев, Н. Ю. Северова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00493-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560200> (дата обращения: 28.01.2025).

Тема 2. Advertising

Виды работы:

1. Развитие навыков чтения (поискового, изучающего, аналитического).
2. Развитие навыков устной (диалогической и монологической) и письменной речи под руководством преподавателя.
3. Использование аудио- и видеоматериалов, компьютерных технологий для развития навыков аудирования.
4. Выполнение заданий на прямой и обратный перевод текстов и отдельных предложений.
5. Развернутая беседа с обсуждением доклада по теме урока

Вопросы для обсуждения:

Вопросы для обсуждения:

1. How do you know about new goods and services on the market?
2. Where can you face advertising?
3. Do you believe that advertising makes people buy things they don't need? Why?
4. Does advertising raise prices for products? Why?
5. How can advertising help a business to develop?
What are the main features of advertising?
6. What variations of advertising are listed in the text?
7. What are four main objectives of advertising?
8. What business issues does advertising work out?
9. What social issues does advertising work out?

Список источников и литературы

Основная литература

1. Пирогова Л. И. Учебное пособие "Английский для маркетинга и рекламы", Москва РГГУ, 2021, 116 стр, 5,8 п.л. <http://elib.lib.rsuh.ru/elib/000015782>
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, 2025. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17896-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/561203> (дата обращения: 28.01.2025).

Дополнительная литература

1. Чикилева, Л. С. Английский язык для публичных выступлений (B1-B2). English for Public Speaking : учебное пособие для вузов / Л. С. Чикилева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08043-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512417>
2. Гарбовский, Н. К. Теория перевода : учебник и практикум для вузов / Н. К. Гарбовский. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 387 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07251-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560380> (дата обращения: 28.01.2025).
3. Воронцова, Ю. А. Практический курс разговорной речи на английском языке. English conversation practice : учебное пособие для вузов / Ю. А. Воронцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15221-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520212>

4. Латышев, Л. К. Технология перевода : учебник и практикум для вузов / Л. К. Латышев, Н. Ю. Северова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00493-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560200> (дата обращения: 28.01.2025).

Тема 3. Ethics in Advertising

Виды работы:

1. Развитие навыков чтения (поискового, изучающего, аналитического).
2. Развитие навыков устной (диалогической и монологической) и письменной речи под руководством преподавателя.
3. Использование аудио- и видеоматериалов, компьютерных технологий для развития навыков аудирования.
4. Выполнение заданий на прямой и обратный перевод текстов и отдельных предложений.
5. Развернутая беседа с обсуждением доклада по теме урока

Вопросы для обсуждения:

1. To what extent do you agree with the statement that advertising doesn't tell lies, it merely exaggerates or bends the truth?
2. What are signs of ethical advertising?
3. What are signs of unethical advertising?
4. What examples of unethical advertising do you know?
5. Are companies which use unethical advertising subject to legal action?
6. What is the ultimate goal of advertising?
7. Do all companies nowadays realize the importance of responsible marketing practices?
8. To what extent do consumers trust advertising?
9. What gimmicks do advertisers resort to with a view to attracting customers?
10. How are companies penalized for violating consumer-related laws? Give examples.
11. What are the consequences of misleading customers?

Список источников и литературы

Основная литература

1. Пирогова Л. И. Учебное пособие "Английский для маркетинга и рекламы", Москва РГГУ, 2021, 116 стр, 5,8 п.л. <http://elib.lib.rsuh.ru/elib/000015782>
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, 2025. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17896-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/561203> (дата обращения: 28.01.2025).

Дополнительная литература

1. Чикилева, Л. С. Английский язык для публичных выступлений (B1-B2). English for Public Speaking : учебное пособие для вузов / Л. С. Чикилева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08043-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512417>
2. Гарбовский, Н. К. Теория перевода : учебник и практикум для вузов / Н. К. Гарбовский. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 387 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07251-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560380> (дата обращения: 28.01.2025).

3. Воронцова, Ю. А. Практический курс разговорной речи на английском языке. English conversation practice : учебное пособие для вузов / Ю. А. Воронцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15221-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520212>
4. Латышев, Л. К. Технология перевода : учебник и практикум для вузов / Л. К. Латышев, Н. Ю. Северова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00493-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560200> (дата обращения: 28.01.2025).

Тема 4. Advertising Techniques

Виды работы:

1. Развитие навыков чтения (поискового, изучающего, аналитического).
2. Развитие навыков устной (диалогической и монологической) и письменной речи под руководством преподавателя.
3. Использование аудио- и видеоматериалов, компьютерных технологий для развития навыков аудирования.
4. Выполнение заданий на прямой и обратный перевод текстов и отдельных предложений.
5. Развернутая беседа с обсуждением доклада по теме урока

Вопросы для обсуждения:

1. What techniques do advertisers use to persuade people to buy?
2. Do you believe that advertisers use the technique of the 25-th shot? Why do you think so?
3. How do advertisers involve human senses to make people buy?
4. Does the technique of product placement work? Justify your point of view.
5. Do customers easily identify advertising techniques or does their subconscious lead their behaviour?
6. Who was the first to use subliminal advertising? Was it a success?
7. Under what conditions can subliminal advertising be effective?
8. What results did the experiment with Lipton brand show?
9. Did the results of the experiment denied the possible impact of subliminal advertising?
10. What is the author's attitude to subliminal advertising practice?

Список источников и литературы

Основная литература

1. Пирогова Л. И. Учебное пособие "Английский для маркетинга и рекламы", Москва РГГУ, 2021, 116 стр, 5,8 п.л. <http://elib.lib.rsuh.ru/elib/000015782>
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, 2025. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17896-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/561203> (дата обращения: 28.01.2025).

Дополнительная литература

1. Чикилева, Л. С. Английский язык для публичных выступлений (B1-B2). English for Public Speaking : учебное пособие для вузов / Л. С. Чикилева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08043-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512417>

2. Гарбовский, Н. К. Теория перевода : учебник и практикум для вузов / Н. К. Гарбовский. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 387 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07251-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560380> (дата обращения: 28.01.2025).
3. Воронцова, Ю. А. Практический курс разговорной речи на английском языке. English conversation practice : учебное пособие для вузов / Ю. А. Воронцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15221-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520212>
4. Латышев, Л. К. Технология перевода : учебник и практикум для вузов / Л. К. Латышев, Н. Ю. Северова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00493-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560200> (дата обращения: 28.01.2025).

Тема 5. Psychology in Advertising

Виды работы:

1. Развитие навыков чтения (поискового, изучающего, аналитического).
2. Развитие навыков устной (диалогической и монологической) и письменной речи под руководством преподавателя.
3. Использование аудио- и видеоматериалов, компьютерных технологий для развития навыков аудирования.
4. Выполнение заданий на прямой и обратный перевод текстов и отдельных предложений.
5. Развернутая беседа с обсуждением доклада по теме урока

Вопросы для обсуждения:

1. What tools do advertisers use to attract potential customers?
2. Does an advertisement only convey information or does it trigger emotions?
3. What kind of emotions does advertising arouse?
4. How does advertising link to psychology?
5. What is the purpose of using principle of psychology in advertising?
6. What human emotions are utilized in advertising?
7. What response is expected when fear, fun, love or vanity are used in advertising?
8. Why do advertisers use celebrity endorsement?
9. Why do consumers trust experts?
10. How do advertisers use customers' memories to create affinity and intent?
11. What did the experiment conducted by Disney company show?
12. What is the role of a colour in advertising?

Список источников и литературы

Основная литература

1. Пирогова Л. И. Учебное пособие "Английский для маркетинга и рекламы", Москва РГГУ, 2021, 116 стр, 5,8 п.л. <http://elib.lib.rsuh.ru/elib/000015782>
2. Якушева, И. В. Английский язык (В1). Introduction Into Professional English : учебник и практикум для вузов / И. В. Якушева, О. А. Демченкова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17896-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/561203> (дата обращения: 28.01.2025).

Дополнительная литература

1. Чикилева, Л. С. Английский язык для публичных выступлений (B1-B2). English for Public Speaking : учебное пособие для вузов / Л. С. Чикилева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08043-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512417>
2. Гарбовский, Н. К. Теория перевода : учебник и практикум для вузов / Н. К. Гарбовский. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 387 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07251-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560380> (дата обращения: 28.01.2025).
3. Воронцова, Ю. А. Практический курс разговорной речи на английском языке. English conversation practice : учебное пособие для вузов / Ю. А. Воронцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15221-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520212>
4. Латышев, Л. К. Технология перевода : учебник и практикум для вузов / Л. К. Латышев, Н. Ю. Северова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00493-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560200> (дата обращения: 28.01.2025).

Тема 6. Advertising Copy

Виды работы:

1. Развитие навыков чтения (поискового, изучающего, аналитического).
2. Развитие навыков устной (диалогической и монологической) и письменной речи под руководством преподавателя.
3. Использование аудио- и видеоматериалов, компьютерных технологий для развития навыков аудирования.
4. Выполнение заданий на прямой и обратный перевод текстов и отдельных предложений.
5. Развернутая беседа с обсуждением доклада по теме урока

Вопросы для обсуждения:

1. What is the main aim of an advertisement?
2. What devices do advertisers use to attract customers attention?
3. What techniques do copywriters use to induce people to read an advertisement?
4. What kind of headline seems eye-catching?
5. Do copywriters keep to any rules or are they led by inspiration?
6. Why should an advertiser be thoroughly acquainted with the mental process?
7. What characteristics, qualities or values should an effective copy of the advertisement possess?
8. How does an advertiser use the major instrument, the language to persuade customers to choose a product?
9. How can an advertisement educate a customer?
10. What human instincts does an advertiser try to induce?

Список источников и литературы

Основная литература

1. Пирогова Л. И. Учебное пособие "Английский для маркетинга и рекламы", Москва РГГУ, 2021, 116 стр, 5,8 п.л. <http://elib.lib.rsuh.ru/elib/000015782>

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, 2025. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17896-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/561203> (дата обращения: 28.01.2025).

Дополнительная литература

1. Чикилева, Л. С. Английский язык для публичных выступлений (B1-B2). English for Public Speaking : учебное пособие для вузов / Л. С. Чикилева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08043-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512417>

2. Гарбовский, Н. К. Теория перевода : учебник и практикум для вузов / Н. К. Гарбовский. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 387 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07251-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560380> (дата обращения: 28.01.2025).

3. Воронцова, Ю. А. Практический курс разговорной речи на английском языке. English conversation practice : учебное пособие для вузов / Ю. А. Воронцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15221-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520212>

4. Латышев, Л. К. Технология перевода : учебник и практикум для вузов / Л. К. Латышев, Н. Ю. Северова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00493-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/560200> (дата обращения: 28.01.2025).

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Письменные работы являются как формой обучения, так и формой контроля знаний, умений и навыков обучающихся. Цели выполнения работ:

- систематизация, закрепление и углубление теоретических знаний и умений применять их для решения конкретных практических задач;

- развитие навыков работы с текстом (аннотирование, реферирование, логико-смысловый и сравнительный анализ текста, написание аналитического и аргументированного видов эссе);

- развитие навыков самостоятельной научной работы (планирование и проведение исследования, работа с научной и справочной литературой, интерпретация полученных результатов, их правильное изложение и оформление).

Количество и перечень контрольных работ устанавливается соответствующими учебными планами по специальности, утвержденными в Учебном управлении РГГУ. Тематика контрольных работ разрабатывается преподавателем, ведущим дисциплину «Иностранный язык».

Контрольная работа представляет собой письменный лексико-грамматический тест на вопрос (решение языковой задачи или выполнение конкретного задания), который изучается в рамках дисциплины. Содержание ответа на поставленный вопрос включает: показ студентом знания теории и умение применять эту теорию на практике.

9.3. Иные материалы

Воспитание профессиональной языковой личности предполагает формирование у студентов умений и навыков поиска, отбора и анализа необходимой информации, её

адекватной интерпретации и корректного изложения на английском языке (устного или письменного).

Презентация студенческих докладов и рефератов осуществляется в ходе учебных пресс-конференций, «круглых столов» и семинарских занятий, целью проведения которых является развитие и совершенствование сложных умений и навыков делового общения в ситуациях, максимально приближенных к будущей профессиональной деятельности студентов.

Такая организация учебного процесса предусматривает решение ряда конкретных задач:

- 1) Закрепление навыков корректного лексико-грамматического оформления высказываний;
- 2) Воспитание культуры межличностного общения;
- 3) Формирование положительной самооценки как следствие успешного использования знаний в процессе иноязычного общения;
- 4) Совершенствование умений и навыков самостоятельной работы с литературой по специальности;
- 5) Развитие умений и навыков научно-исследовательской работы.

Критерии оценки

- Актуальность темы
 - Анализ ситуации, выделение проблем
 - Постановка задач
 - Формулирование выводов
 - Уровень владения иностранным языком
 - Последовательность и логичность высказывания
 - Умение точно и чётко выразить мысль на иностранном языке
- Письменные работы учебным планом или программой не предусмотрены.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью курса является овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной и научной сфер деятельности, коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках, а также для дальнейшего самообразования, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения.

Образовательная цель предполагает изучение иностранного языка не как лингвистической системы, а как средства межкультурного общения и инструмента познания культуры определенной национальной общности, в том числе лингвокультуры. Приобщение к элементам этой культуры рассматривается как обязательное условие успешных непосредственных и опосредованных речевых профессиональных и личностных контактов с представителями данной культуры.

Развивающая цель предполагает учет личностных потребностей, интересов и индивидуальных психологических особенностей обучаемых, общее интеллектуальное развитие личности студента, овладение им определенными когнитивными приемами, позволяющими осуществлять познавательную, коммуникативную деятельность, развитие способности к социальному взаимодействию, формирование компенсирующих/компенсаторных умений, в том числе, умений уточнять элементы высказывания с помощью вербальных и невербальных средств общения, а также умений самосовершенствования.

Воспитательная цель предмета. «Перевод профессиональных текстов»- формирование уважительного отношения к духовным и материальным ценностям других стран и народов, совершенствование нравственных качеств личности студента.

Задачи дисциплины - формирование у обучающихся

- социокультурной компетенции и поведенческих стереотипов, необходимых для успешной адаптации выпускников на рынке труда;
- навыков аргументации и ведения дискуссии;
- навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности;
- навыков свободно пользоваться иностранным языком для решения задач межличностного и межкультурного общения;
- навыков самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности;
- способности совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень.

Знать:

1. методику работы с/над текстами социальной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала.
2. методики поиска, сбора и обработки информации с помощью информационно-коммуникационных технологий;
3. актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности.

Уметь:

1. использовать навыки работы с информацией из различных источников на иностранном языке для решения общекультурных и профессионально значимых задач;
2. понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран;
3. выполнять письменные и устные переводы материалов профессионально значимой направленности с иностранного языка на русский и с русского на иностранный язык;
4. создавать и редактировать тексты основных жанров деловой речи;
5. редактировать тексты профессионального и социально значимого содержания на родном и иностранном языках
6. находить, систематизировать и обобщать информацию академического и профессионального характера;
7. представлять информацию на русском и иностранном языке с помощью информационно-коммуникационных технологий.

Владеть:

1. методикой и приемами перевода (реферативного, дословного);
2. приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности;
3. навыками по рецензированию и редактированию социальных, научно-популярных, научных, и публицистических работ по направлению подготовки на иностранном языке
4. навыками поиска научной и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, ресурсами информационно-телекоммуникационной сети Интернет);
5. навыками установления контактов и организации общения в соответствии с потребностями совместной профессиональной деятельности, используя современные коммуникационные технологии.