

**Уральский социально-экономический институт (филиал)
Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования
«Академия труда и социальных отношений»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ
ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки
Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

Квалификация выпускника
Бакалавр

Кафедра: гуманитарных, естественнонаучных и математических дисциплин

Разработчики программы:
к.п.н., доцент Маврина Н.В.

Челябинск – 2016

Оглавление

1.	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
1.1	Планируемые результаты обучения дисциплине	3
1.2	Результаты освоения образовательной программы.....	4
2.	МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	5
3.	ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	9
4.	ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций» – овладеть уровнем иноязычной коммуникативной компетенции, достаточным для решения коммуникативных задач в различных областях профессиональной сферы деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Задачи:

- воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов;
- развитие когнитивных и исследовательских умений с использованием ресурсов на иностранном языке;
- развитие информационной культуры;
- расширение кругозора и повышение общей гуманитарной культуры студентов;
- повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию.

1.1 Планируемые результаты обучения дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций

общекультурных:

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

общепрофессиональных:

ОПК-3: обладает базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

профессиональных:

ПК-6: обладает способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

1.2 Результаты освоения образовательной программы

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

В результате освоения компетенции ОК-5 студент должен:

Знать: базовые нормы употребления общей и профессиональной лексики, требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры.

Уметь: обсуждать профессиональные проблемы на иностранном языке; выражать мысль разными средствами; адекватно выражать эмоционально-оценочную информацию; организовать свое речевое поведение с учетом задач общения и коммуникативной ситуации.

Владеть: общей и профессиональной лексикой; всеми видами чтения текстов профессиональной тематики; компенсаторными умениями, помогающими преодолеть «сбои» в коммуникации.

ОПК-3: обладает базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

В результате освоения компетенции ОПК-3 студент должен:

Знать: требования к речевому и языковому оформлению текстов и документов на иностранном языке, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы.

Уметь: выбирать языковые средства в соответствии с типом документа или текста и ситуацией общения.

Владеть: навыками создания на иностранном языке текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы.

ПК-6: обладает способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

В результате освоения компетенции ПК-6 студент должен:

Знать: стратегии общения с иноязычными партнерами; основные методы иноязычной коммуникации; способы получения профессиональной информации из зарубежных источников.

Уметь: устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения с представителями различных структур, выбирать необходимые для этого языковые средства.

Владеть: методами коммуникации в кросс-культурном пространстве.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и общения в сфере профессиональных коммуникаций.

Уметь: использовать полученные иноязычные знания в профессиональной деятельности и коммуникации, межличностном общении; самостоятельно анализировать профессиональную иноязычную литературу, применять соответствующую иноязычную терминологию.

Владеть: методами коммуникации в кросс-культурном пространстве, навыками работы с рекламными и PR-текстами на иностранном языке.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Задания для самостоятельной работы

Задания для СРС включают в себя: перевод текстов различных жанров в рамках изучаемой тематики, работу со словарями, выполнение лексико-грамматических упражнений, составление монологических/диалогических высказываний по темам, выполнение творческих заданий, написание основных речевых произведений, домашнее чтение, поиск информации в сети Интернет и др. Проверка их выполнения осуществляется на аудиторных занятиях как посредством устных выступлений/ презентаций студентов и их коллективного обсуждения (в том числе и в форме мини-конференций), так и с помощью письменных самостоятельных (контрольных, творческих) работ. Указания по самостоятельной работе студентов заочной формы обучения содержатся в пособиях преподавателей кафедры и размещены на сайте УрСЭИ.

Тема 1. Marketing.

1. Перевод текстов по теме, работа со словарем, составление глоссариев к текстам.
2. Выполнение лексических и текстовых упражнений.
3. Поиск информации в сети Интернет. Работа с электронными словарями.
4. Подбор и обобщение информации для проекта «Market Research».
5. Развитие ситуаций, составление монологического высказывания по теме «Маркетинг».

Тема 2. Presentation.

1. Перевод текстов по теме, работа со словарем, составление глоссариев к текстам.

2. Выполнение лексических и текстовых упражнений.
3. Поиск информации в сети Интернет. Работа с электронными словарями.
4. Подбор материала и подготовка презентации компании.
5. Индивидуальное чтение – тексты о всемирно известных компаниях.

Тема 3. Organisation of PR and Advertising.

1. Перевод текстов по теме, работа со словарем, составление глоссариев к текстам.
2. Выполнение лексических и текстовых упражнений.
3. Составление и описание оргсхем отдела PR/рекламы.
4. Подготовка к полилогу «Рабочий день отдела рекламы».
5. Составление монологического высказывания по теме «Организация работы отдела PR/рекламы».

Тема 4. Types of PR Work.

1. Перевод текстов по теме, работа со словарем, составление глоссариев к текстам.
2. Выполнение лексических и текстовых упражнений.
3. Поиск информации в сети Интернет. Работа с электронными словарями.
4. Подбор информации о современных видах PR.
5. Подготовка устного сообщения об одном из видов PR для учебной конференции.

Тема 5. PR and Other Spheres.

1. Перевод текстов по теме, работа со словарем, составление глоссариев к текстам.
2. Выполнение лексических и текстовых упражнений.
3. Поиск информации в сети Интернет. Работа с электронными словарями.
4. Подготовка монологического высказывания по теме «PR и другие сферы деятельности».
5. Написание эссе «PR and Other Spheres».

Тема 6. Types of Advertising.

1. Перевод текстов по теме, работа со словарем, составление глоссариев к текстам.
2. Выполнение лексических и текстовых упражнений.
3. Поиск информации в сети Интернет. Работа с электронными словарями.
4. Подготовка монологического высказывания по теме «Виды рекламы».
5. Подготовка к дискуссии «Наружная реклама: за и против».

Тема 7. Advertising Language.

1. Перевод текстов по теме, работа со словарем, составление глоссариев к текстам.
2. Выполнение лексических и текстовых упражнений.
3. Поиск информации в сети Интернет. Работа с электронными словарями.
4. Подготовка монологического высказывания по теме «Язык рекламы».
5. Подготовка анализа текста журнальной рекламы.

Тема 8. Basics of Ads.

1. Перевод текстов по теме, работа со словарем, составление глоссариев к текстам.
2. Выполнение лексических и текстовых упражнений.
3. Поиск информации в сети Интернет. Работа с электронными словарями.
4. Подготовка монологического высказывания по теме «Основы рекламных объявлений».
5. Составление рекламного объявления о продукте/услуге.

Тема 9. Events.

1. Перевод текстов по теме, работа со словарем, составление глоссариев к текстам.
2. Выполнение лексических и текстовых упражнений.
3. Кейс-стади «PR мероприятия».
4. Подготовка к диалогическому высказыванию «Планирование мероприятия».
5. Подготовка монологического высказывания по теме «Организация мероприятий».

Тема 10. Press Conference.

1. Перевод текстов по теме, работа со словарем, составление глоссариев к текстам.
2. Выполнение лексических и текстовых упражнений.
3. Подготовка монологического высказывания по теме «Организация пресс-конференции».
4. Домашнее чтение «Правила организации пресс-конференции».
5. Подготовка к участию в ролевой игре «Пресс-конференция».

Тема 11. Press Release (Пресс-релиз).

1. Перевод текстов по теме, работа со словарем, составление глоссариев к текстам.

2. Выполнение лексических и текстовых упражнений.
3. Поиск образцов пресс-релизов в интернете, их анализ.
4. Домашнее чтение – тексты о различных видах PR-документов.
5. Написание пресс-релиза о мероприятии/продукте.
6. Подготовка презентации составленного пресс-релиза.

Темы сообщений

1. Marketing (Маркетинг)
2. Presentation (Презентация)
3. Organisation of PR and Advertising (Организация PR и рекламы)
4. Types of PR Work (Виды связей с общественностью)
5. PR and Other Spheres (PR и другие сферы деятельности)
6. Types of Advertising (Типы рекламы)
7. Advertising Language (Язык рекламы)
8. Basics of Ads (Рекламные объявления)
9. Events (Организация мероприятий)
10. Press Conference (Организация пресс-конференции)
11. Press Release (Структура пресс-релиза)

Примерные вопросы для собеседования

1. What are the general principles of organizing an advertising department?
2. How do companies choose whether to use an internal PR department or an agency?
3. What spheres is PR usually confused with? What are the differences between them?
4. Name the main types of advertising.
5. What are the basic parts of an advertisement?
6. What is event management?
7. What factors should be given in consideration when planning an event?
8. When are press conferences organized?
9. How should the day and time be chosen for a press conference?
10. What are 5W and H of a press release?

Примерный перечень тем для дискуссий, диспута

1. What are the advantages of hiring a marketing analyst to do some research?
2. What are the reasons of presenters' failures?
3. Internal department vs advertising agency.
4. PR, publicity, advertising. What's different?

5. Advertisements as a way to influence consumers.
6. Negative effects of advertising.
7. Reasons of inefficiency of events.
8. Press conference every month. Why not?
9. On-line vs traditional printed press release.
10. Marketing as a way to cheat buyers.

3. ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Темы устной речи:

4 семестр

- 1) Маркетинг»;
- 2) «Организация PR и рекламы»;
- 3) «Виды PR»;
- 4) «PR и другие сферы деятельности».

5 семестр

- 1) «Типы рекламы»;
- 2) «Язык рекламы».

6 семестр

- 1) «Мероприятия»;
- 2) «Пресс-конференция»;
- 3) «Пресс-релиз».

Типовые практические задачи (задания, тесты) билетов для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Письменные контрольные работы и тесты проводятся по каждой разговорной и грамматической теме. Итоговая контрольная работа включает в себя устные и грамматические темы, изученные в течение всего семестра.

Темы контрольной работы 4 семестра: Маркетинг. Презентация. Организация PR и рекламы. Виды связей с общественностью. PR и другие сферы деятельности.

Темы контрольной работы 5 семестра: Типы рекламы. Язык рекламы. Рекламные объявления.

Темы контрольной работы 6 семестра: Организация мероприятий. Пресс-конференция. Пресс-релиз.

Образец контрольной работы для текущего контроля (4 семестр)

Task 1. Match parts of the sentences.

1. The purpose of marketing is to...
2. Placement involves ...

3. The combination of the four P's is known as ...
4. Buying, selling, market research, transportation, storage, advertising are ...
5. The product element of marketing refers to ...
 - a) the marketing mix.
 - b) getting the product to the customer.
 - c) create a situation in which a sale can be made.
 - d) parts of marketing.
 - e) the good or service that a company wants to sell.

Task 2. Choose the correct word.

1. Factory representatives (*distribution / distribute*) products to wholesalers and retailers.
2. Our (*production / productive*) is very successful.
3. His (*retailer / retail*) business in Canada is expanding now.
4. Both the buyer and the seller must be (*satisfying / satisfied*).
5. Sony is a major (*competitor / competition*) of General Electric.

Task 3. Match questions and answers.

1. What sciences is marketing connected with?
2. Do low prices always increase sales of the product?
3. What is very important for marketing strategy of the company?
4. How can customers be influenced?
5. Why are companies continually developing new products to replace products with declining sales?
 - a) Too low a price can reduce the number of sales just as significantly as too high a price.
 - b) Marketing is influenced by many of the social sciences, particularly psychology, sociology, and economics.
 - c) Products have a life cycle.
 - d) The company focuses its activities and products on consumer demands.
 - e) Marketers try to influence persons' intentions to buy by making the product attractive, affordable, and easily available.

Task 4. Choose the correct word/word combination.

1. The stores tell the public about what _____ they have at what prices.
 - a) products
 - b) advertisements
 - c) suppliers
2. Decisions have to be made about the channels of _____ and delivery.
 - a) placement
 - b) pricing
 - c) distribution
3. Pricing refers _____ the process of setting a price for a product, including discounts.
 - a) at
 - b) to
 - c) --
4. A brand is a name, term, design, symbol, or other feature that distinguishes products and services from _____ offerings.
 - a) efficient
 - b) competitive
 - c) customers'
5. The company focuses its activities and products on consumer _____.
 - a) demands
 - b) supplies
 - c) offers
6. _____ wants are the drivers of all strategic marketing decisions .
 - a) Consumer
 - b) Trader
 - c) Distributor

7. Marketing is the performance of business activities that direct flow of goods and services from _____ to the consumer.
 - a) customer
 - b) supplier
 - c) producer
8. By finding new markets for existing products a company may increase sales _____.
 - a) volume
 - b) share
 - c) goal
9. Our company has the right product _____ for today's market place.
 - a) volume
 - b) collection
 - c) range
10. Our market _____ in Europe is growing at a steady rate.
 - a) sphere
 - b) part
 - c) share
11. Our competitors cannot match our price and cannot _____ with our TV campaign.
 - a) deliver
 - b) compete
 - c) distribute
12. Our company's executives are confident that we can _____ the European market.
 - a) capture
 - b) establish
 - c) compete

Task 5. Complete the sentences with your own words.

1. The combination of the main elements of marketing is known as the _____.
2. The first element of marketing refers to the good or service that a company wants to sell. That's _____.
3. The third element of the marketing process - _____ - involves getting the product to the customer.
4. Placement takes place through the channels of _____.
5. A common channel of distribution is _____.
6. _____ usually sell large quantities of product to retailers.
7. A market is the set of all actual and potential _____ of a product.
8. The marketing _____ of determining product, price, placement and promotion are not planned in isolation.

Task 6. Give short answers to the questions.

1. Where should a PR impulse start in an organisation?
2. When a company has a lot of PR work, is it preferable to handle it through a PR agency or through an internal department?
3. Name some specialists in a PR department.
4. Who can buy broadcasting space and time cheaper: a PR consultancy, a PR department, or a PR manager?
5. What is the ideal location for a PR department?
6. What are the advantages of the internal department over an external consultancy?
7. Who is called 'an account'?
8. How is a PR firm usually paid?
9. Who is senior: an account executive or an account manager?
10. What is an account executive responsible for?

4. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС*
	Захарова Е.В.,	English for PR and Advertising	М.: Омега-Л		

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Ульянищева Л.В.	Managers = Английский язык для менеджеров по PR и рекламе: учебное пособие.		2010	
1.2	Зайцева Л.А.	Английский язык в рекламе: учебное пособие. – 2-е изд., стер.	М.: Флинта	2012	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103498
1.3	Ильина О.К., Тычинский А.А., Яковенко Т.В.	Английский для PR-профессионалов = English for PR Professionals: Уровень С1: учебно-методический комплекс	М.: МГИМО-Университет	2011	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=214621
1.4	Лаштабова Н., Широбокова О., Мироненко М.	Public Relations in the contemporary world: insight into profession: учебное пособие	Оренбург: ОГУ	2012	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259238

*ЭБС – электронно-библиотечная система

Дополнительная литература:

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС
2.1	Маврина Н.В., Боровых Е.А.	PR through English: учебно-методическое пособие для студентов специальности «Связи с общественностью» (часть I)	УрСЭИ АТиСО; Челябинск	2009	
2.2	Маврина Н.В.	PR through English: учебно-методическое пособие для студентов специальности «Связи с общественностью» (часть II)	УрСЭИ АТиСО; Челябинск	2010	
2.3	Маврина Н.В.	English for Advertising & PR: сборник материалов для самостоятельной работы бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью»	УрСЭИ (ф) ОУП ВО «АТиСО»; Челябинск	2016	
2.4	Коваленко П.И., Кудряшова Ю.А.	English for students of PR: учебное пособие	Ростов н/Д: Феникс, 2008.	2008	
2.5	Данилова Г.В., Маврина Н.В.	English in Business World: учебник английского языка для бакалавров.	УрСЭИ (ф) ОУП ВПО «АТиСО». – М.: ИД «АТиСО»	2014	
2.6	Бутюгина О.В.	Presenting in English. Делаем презентацию на английском	УрСЭИ (филиал)	2013	

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

		языке: сборник учебно-методических материалов	ОУП ВПО «АТиСО»; Челябинск		
2.7	Данилова Г.В.	Английский язык: Лексический минимум. Профессиональное общение: методические рекомендации по самостоятельной работе	УрСЭИ АТиСО; Челябинск	2011	
2.8	Neil Wood	Business and Commerce	Oxford University Press	2008	
2.9	S. Gore	English for Marketing and Advertising	М.: Дельта Паблшинг	2007	
2.10	N. Ceramella, E. Lee	Cambridge English for the Media	Cambridge University Press	2008	
2.11	Данилова Г.В., Маврина Н.В.	Английский язык в системе коммуникаций: Учебные материалы и контрольное задание №1 для самостоятельной работы студентов II курса заочной формы обучения направления «Реклама и связи с общественностью».	УрСЭИ (ф) ОУП ВПО «АТиСО»	2012	
2.12	Маврина Н.В.	Английский язык в сфере профессиональных коммуникаций: Учебные материалы и контрольное задание №2 для самостоятельной работы студентов III курса заочной формы обучения направления «Реклама и связи с общественностью».	УрСЭИ (ф) ОУП ВПО «АТиСО»	2013	
2.13	Данилова Г.В.	Английский язык в сфере профессиональных коммуникаций: Учебные материалы и контрольное задание №3 для самостоятельной работы студентов III курса заочной формы обучения направления «Реклама и связи с общественностью».	УрСЭИ (ф) ОУП ВПО «АТиСО»	2013	