

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«05» сентября » 2022 г.

**Фонд оценочных средств  
по дисциплине**

Деловые коммуникации в PR и рекламе/  
Business communications in PR and advertising  
*наименование дисциплины/модуля/вид и тип практики*

Направление подготовки (специальность)  
**42.04.01 реклама и связи с общественностью**  
*код и наименование направления подготовки*

«Цифровой бренд-менеджмент»  
*наименование профиля подготовки*

ФОС составил(и)

Полянская Е.В., ст. преподаватель КСК ФП НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д. филос. н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

ФОС одобрен на заседании УМК ФП НИ ТГУ

Протокол №7 от 05.09.2022

Фонд оценочных средств (ФОС) является элементом системы оценивания сформированности компетенций у обучающихся в целом или на определенном этапе ее формирования.

ФОС разрабатывается в соответствии с рабочей программой (РП) дисциплины/модуля/практики и включает в себя набор оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине/модулю/практике.

### 1. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
			Неудовлетворительно 1-4 балла	Удовлетворительно 5-6 баллов	Хорошо 7-8 баллов	Отлично 9-10 баллов
<p><b>УК-4.</b> Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и межкультурного взаимодействия.</p>	<p>ИУК 4.1. Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.</p> <p>ИУК 4.2. Применяет современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.</p> <p>ИУК 4.3. Оценивает</p>	<p>ОР-ИУК.4.1.1 Обучающийся умеет обосновывать выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.</p> <p>ОР-ИУК.4.2.1 Обучающийся умеет применять современные средства коммуникации, в процессе академического и профессионального взаимодействия на английском языке.</p> <p>ОР-ИУК.4.3.1 Обучающийся способен оценивать эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.</p>	Отсутствие знания	Фрагментарное знание	Продуктивный уровень усвоения знаний	Творческий уровень овладения знанием

	<p>эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействии.</p>					
<p><b>ОПК-1.</b> Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенности и иных</p>	<p>ИОПК-1.1. Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.</p> <p>ИОПК-1.2. Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ИОПК-1.3. Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в том числе на иностранном языке.</p>	<p>ОР-ИОПК1.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, признанных профессиональным сообществом, на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.2.1. Обучающийся осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.3.1. Обучающийся владеет технологиями, позволяющими структурировать, корректировать, редактировать и создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда на английском языке.</p>	Отсутствие навыка	Фрагментарное применение навыка	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыка	Успешное и систематическое применение навыка

знаковых систем.			Отсутствие навыка	Фрагментарное применение навыка	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыка	Успешное и систематическое применение навыка
<p><b>ОПК-3.</b> Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	<p>ИОПК 3.1. Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникативные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту.</p> <p>ИОПК 3.2. Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ИОПК 3.3. Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий</p>	<p>ОР-ИОПК.3.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки применения социокультурного анализа и определения коммуникативных целей, задач, основных тезисов коммуникационной кампании, адекватных тому или иному социокультурному контексту.</p> <p>ОР-ИОПК.3.2.1. Обучающийся способен определять релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.3.1. Обучающийся способен интегрировать коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.</p>	Отсутствие знания	Фрагментарное знание	Продуктивный уровень усвоения знаний	Творческий уровень овладения знанием

	социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.					
<b>ПК-2.</b> Способен к разработке коммуникационной стратегии	ИПК 2.3. Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).	ОР- ИПК 2.3.1. Обучающийся умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).на английском языке.	Отсутствие навыка	Фрагментарное применение навыка	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыка	Успешное и систематическое применение навыка

## 2. Этапы формирования компетенций и виды оценочных средств

	Этапы формирования компетенций (разделы дисциплины/модуля/практики)	Вид учебной работы, занятий, контроля	Се ме ст р	Код и наименование результатов обучения	Вид оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
<b>Раздел 1. 2 семестр</b>					
<b>Лекционная часть</b>					
1.1.	<b>Основы деловой коммуникации в PR и рекламе./The fundamentals of business communications in PR and advertising.</b>	Лекция	2	ОР-ИУК.4.1.1 Обучающийся умеет обосновывать выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.	1) Прочитать основную и дополнительную литературу по теме лекции (см. Списки основной и дополнительной литературы); 2) Подготовиться к семинару по теме.
1.2.	<b>What makes a successful communicator?/Как стать успешным коммуникатором.</b>	Лекция	2	ОР-ИУК.4.2.1 Обучающийся умеет применять современные средства коммуникации, в процессе академического и профессионального взаимодействия на английском языке.	1) Прочитать основную и дополнительную литературу по теме лекции (см. Списки основной и дополнительной литературы); 2) Подготовиться к семинару по теме.
1.3.	<b>Writing for business: Letters and e-mails./Письменные деловые коммуникации: написание писем на английском языке.</b>	Лекция	2	ОР-ИУК.4.3.1 Обучающийся способен оценивать эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.	1) Прочитать основную и дополнительную литературу по теме лекции (см. Списки основной и дополнительной литературы); 2) Подготовиться к семинару по теме.
1.4.	<b>Presenting in English: Persuasive speaking and Power Presentations./ Подготовка презентаций на английском языке: как выступить убедительно и грамотно подготовить презентацию на английском языке.</b>	Лекция	2	ОР-ИОПК1.1.1. Обучающийся демонстрирует	1) Прочитать основную и дополнительную литературу по теме лекции (см. Списки основной и дополнительной литературы); 2) Подготовиться к семинару по теме.

			<p>навыки создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, признанных профессиональным сообществом, на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.2.1. Обучающийся осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.3.1. Обучающийся владеет технологиями, позволяющими структурировать, корректировать, редактировать и создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки применения социокультурного анализа и определения коммуникативных целей, задач, основных тезисов коммуникационной кампании, адекватных тому или иному социокультурному контексту.</p> <p>ОР-ИОПК.3.2.1.</p>	
--	--	--	--	--



			<p>Обучающийся способен определять релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.3.1. Обучающийся способен интегрировать коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.</p> <p>ОР- ИПК 2.3.1. Обучающийся умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности)</p>	
--	--	--	--	--

				на английском языке.	
<b>Семинарские занятия</b>					
2.1	<b>Основы деловой коммуникации в PR и рекламе./The fundamentals of business communications in PR and advertising.</b>	Семинар	2	ОР-ИУК.4.1.1 Обучающийся умеет обосновывать выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.	Просмотр бесплатного курса на Udemy (Effective Communications Skills for Business: <a href="https://www.udemy.com/course/effective-communications-skills-for-business/?src=sac&amp;kw=effective%20communication%20skills%20for%20business">https://www.udemy.com/course/effective-communications-skills-for-business/?src=sac&amp;kw=effective%20communication%20skills%20for%20business</a> ), выполнение заданий (см. Приложение 1)
2.2	<b>What makes a successful communicator?/Как стать успешным коммуникатором.</b>	Семинар	2	ОР-ИУК.4.2.1 Обучающийся умеет применять современные средства коммуникации, в процессе академического и профессионального взаимодействия на английском языке.	Написать эссе по теме: What does it mean to be a successful communicator?
2.3	<b>Writing for business: Letters and e-mails./Письменные деловые коммуникации: написание писем на английском языке.</b>	Семинар	2	Обучающийся умеет применять современные средства коммуникации, в процессе академического и профессионального взаимодействия на английском языке.	Написать деловое письмо на английском языке.
2.4	<b>Presenting in English: Persuasive speaking and Power Presentations./ Подготовка презентаций на английском языке: как выступить убедительно и грамотно подготовить презентацию на английском языке.</b>	Семинар	2	ОР-ИУК.4.3.1 Обучающийся способен оценивать эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях. ОР-ИОПК1.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, признанных	Подготовить презентацию об одном из успешных брендов.

			<p>профессиональ ным сообществом, на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.2.1. Обучающийся осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационн ых продуктов, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.3.1. Обучающийся владеет технологиями, позволяющими структурировать, корректировать, редактировать и создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки применения социокультурног о анализа и определения коммуникативны х целей, задач, основных тезисов коммуникационн ой кампании, адекватных тому или иному социокультурно му контексту.</p> <p>ОР-ИОПК.3.2.1. Обучающийся способен определять релевантные способы создания медиа-текстов, медиа и</p>	
--	--	--	---	--

				<p>коммуникационн ых продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.3.1. Обучающийся способен интегрировать коммуникационн ую стратегию в существующий социокультурны й контекст сообщества, организации, территории и т.д.</p> <p>ОР- ИПК 2.3.1. Обучающийся умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональн ыми сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющи ми инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно- исследовательск ой, проектной, учебно- профессиональн ой деятельности) на английском языке.</p>	
<b>Практические занятия</b>					
3.1	<b>Business socializing in English: Opening a conversation./Деловое общение на английском: как начать разговор.</b>	Практич еское занятие	2	ОР-ИУК.4.1.1 Обучающийся умеет обосновывать	Темы для обсуждения: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Knowing the correct language to use.</li> <li>• Knowing how to greet</li> </ul>

				<p>выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.</p> <p>ОР-ИУК.4.2.1 Обучающийся умеет применять современные средства коммуникации, в процессе академического и профессионального взаимодействия на английском языке.</p> <p>ОР-ИУК.4.3.1 Обучающийся способен оценивать эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.</p> <p>ОР-ИОПК1.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, признанных профессиональным сообществом, на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.2.1. Обучающийся осуществляет</p>	<p>someone suitably (shake hands, bow, exchange business cards, etc).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Knowing how to address people after the introduction (using their first name or surname).</li> <li>Knowing what to say and not to say to make the other person feel comfortable.</li> <li>Understanding what the other person says.</li> <li>Responding to the other person in the right way.</li> </ul>
3.2	<b>Business socializing in English: Making conversations./Деловое общение на английском: как поддержать беседу.</b>	Практическое занятие	2	<p>профессионального взаимодействия на английском языке.</p> <p>ОР-ИУК.4.3.1 Обучающийся способен оценивать эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.</p>	<p>Темы для обсуждения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Keeping a conversation going.</li> <li>Showing interest and responding a positive way to another person.</li> <li>Turn-taking: making sure each person has an equal share of the conversation.</li> <li>Talking about job roles, company plans, and the business situation.</li> </ul>
3.3	<b>Business socializing in English: Making arrangements./Деловое общение на английском: как договориться с партнером.</b>	Практическое занятие	2	<p>взаимодействиях.</p> <p>ОР-ИОПК1.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, признанных профессиональным сообществом, на английском языке.</p>	<p>Темы для обсуждения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Making suggestions to meet in different situations.</li> <li>Giving reasons for meeting.</li> <li>Agreeing time and places to meet and offering alternatives.</li> <li>Confirming arrangements, numbers and addresses.</li> </ul>
3.4	<b>Business socializing in English: Leave-taking./Деловое общение на английском: как попрощаться.</b>	Практическое занятие	2	<p>сообществом, на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.2.1. Обучающийся осуществляет</p>	<p>Темы для обсуждения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Saying you have to leave.</li> <li>Summarizing at the end of a meeting.</li> <li>Thanking and expressing appreciation.</li> </ul>

			<p>поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.3.1. Обучающийся владеет технологиями, позволяющими структурировать, корректировать, редактировать и создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки применения социокультурного анализа и определения коммуникативных целей, задач, основных тезисов коммуникационной кампании, адекватных тому или иному социокультурному контексту.</p> <p>ОР-ИОПК.3.2.1. Обучающийся способен определять релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.3.1. Обучающийся</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Making plans to follow up.</li> </ul>
--	--	--	--	--

				<p>способен интегрировать коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.</p> <p>ОР- ИПК 2.3.1. Обучающийся умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности) на английском языке.</p>	
--	--	--	--	--	--

**Раздел 2. 3 семестр**

**Лекционная часть**

1.1.	<b>What is negotiation? Basic points. / Переговоры. Основные моменты.</b>	Лекция	3	ОР-ИУК.4.1.1 Обучающийся умеет обосновывать выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и	1) Прочитать основную и дополнительную литературу по теме лекции (см. Списки основной и дополнительной литературы); 2) Подготовиться к семинару по теме.
1.2.	<b>Stages of negotiation./ Этапы переговоров.</b>	Лекция	3		1) Прочитать основную и дополнительную литературу по теме лекции (см. Списки основной и дополнительной литературы);

				<p>профессионального взаимодействия.</p>	<p>2) Подготовиться к семинару по теме.</p>
1.3.	<b>Negotiation strategies./ Стратегии переговоров.</b>	Лекция	3	<p>ОР-ИУК.4.2.1 Обучающийся умеет применять современные средства коммуникации, в процессе академического и профессионального взаимодействия на английском языке.</p>	<p>1) Прочитать основную и дополнительную литературу по теме лекции (см. Списки основной и дополнительной литературы); 2) Подготовиться к семинару по теме.</p>
1.4.	<b>How to negotiate successfully: Negotiator qualities./ Как успешно вести переговоры: важные характеристики.</b>	Лекция	3	<p>ОР-ИУК.4.3.1 Обучающийся способен оценивать эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействии.</p> <p>ОР-ИОПК1.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, признанных профессиональным сообществом, на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.2.1. Обучающийся осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном</p>	<p>1) Прочитать основную и дополнительную литературу по теме лекции (см. Списки основной и дополнительной литературы); 2) Подготовиться к семинару по теме.</p>



				<p>языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.3.1. Обучающийся владеет технологиями, позволяющими структурировать, корректировать, редактировать и создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки применения социокультурного анализа и определения коммуникативных целей, задач, основных тезисов коммуникационной кампании, адекватных тому или иному социокультурному контексту.</p> <p>ОР-ИОПК.3.2.1. Обучающийся способен определять релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.3.1. Обучающийся способен интегрировать коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст</p>	
--	--	--	--	---	--

				<p>сообщества, организации, территории и т.д.</p> <p>ОР- ИПК 2.3.1. Обучающийся умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности) на английском языке.</p>	
<b>Семинарские занятия</b>					
2.1	<b>What is negotiation? Basic points. / Переговоры. Основные моменты.</b>	Семинар	3	<p>ОР-ИУК.4.1.1 Обучающийся умеет обосновывать выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.</p> <p>ОР-ИУК.4.2.1 Обучающийся умеет применять современные средства коммуникации, в процессе академического и</p>	<p>Темы для обсуждения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Negotiation tactics;</li> <li>• Negotiation skills;</li> <li>• Negotiation strategies;</li> <li>• Culture and negotiations.</li> </ul>
2.2	<p><b>Stages of negotiation:</b></p> <p><b>1. Preparation</b></p> <p><b>2. Discussion</b></p> <p><b>3. Clarification of goals</b></p> <p><b>4. Negotiate towards a Win-Win outcome</b></p> <p><b>5. Agreement</b></p> <p><b>6. Implementation of a course of action./</b></p> <p><b>Этапы переговоров:</b></p> <p><b>1. Подготовка ОР-</b></p> <p><b>2. Обсуждение</b></p> <p><b>3. Постановка целей</b></p> <p><b>4. Достижение взаимовыгодного соглашения</b></p> <p><b>5. Планирование деятельности</b></p>	Семинар	3		<p>Темы для обсуждения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The importance of preparing for a negotiation;</li> <li>• Establishing rapport with negotiating partners and getting started;</li> <li>• Making and responding to proposals;</li> <li>• Persuading and bargaining;</li> <li>• Reaching agreement.</li> </ul>

2.3	<b>Negotiation strategies: problem solving, contending, yielding, compromising, inaction./ Стратегии переговоров: принятие решений, убеждение, компромисс, бездействие.</b>	Семинар	3	профессионального взаимодействия на английском языке.  ОР-ИУК.4.3.1 Обучающийся способен	Темы для обсуждения: How to choose the right strategy: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problem solving;</li> <li>• Yielding;</li> <li>• Compromising;</li> <li>• Inaction.</li> </ul>
2.4	<b>How to negotiate successfully: Negotiator qualities./ Как успешно вести переговоры: важные характеристики.</b>	Семинар	3	способен оценивать эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействии.  ОР-ИОПК1.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, признанных профессиональным сообществом, на английском языке.  ОР-ИОПК.1.2.1. Обучающийся осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.  ОР-ИОПК.1.3.1. Обучающийся владеет технологиями, позволяющими структурировать, корректировать, редактировать и создавать контент (текстовый, фото, видео,	Темы для обсуждения: <ul style="list-style-type: none"> <li>• The skill of bargaining;</li> <li>• Negotiating in teams or alone;</li> <li>• Ethics and lying in negotiation;</li> <li>• Gender differences in negotiation;</li> <li>• Negotiating over e-mail</li> <li>• Negotiating online</li> <li>• Negotiating table.</li> </ul>

			<p>аудио) бренда на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки применения социокультурного анализа и определения коммуникативных целей, задач, основных тезисов коммуникационной кампании, адекватных тому или иному социокультурному контексту.</p> <p>ОР-ИОПК.3.2.1. Обучающийся способен определять релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.3.1. Обучающийся способен интегрировать коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.</p> <p>ОР- ИПК 2.3.1. Обучающийся умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными</p>	
--	--	--	---	--

				сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности) на английском языке.	
<b>Практические занятия</b>					
3.1	<b>Negotiating in English: Preparing to negotiate./ Переговоры на английском: подготовка.</b>	Практическое занятие	3	ОР-ИУК.4.1.1 Обучающийся умеет обосновывать выбор актуальных	1) Подготовка доклада по теме с электронной презентацией (см. Приложение 2); 2) Изучение вокабуляра по теме.
3.2	<b>Negotiating in English: Making proposals./ Переговоры на английском: как сделать предложение.</b>	Практическое занятие	3	коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального	1) Подготовка доклада по теме с электронной презентацией (см. Приложение 2); 2) Изучение вокабуляра по теме.
3.3	<b>Negotiating in English: Reaching agreement./ Переговоры на английском: как достичь соглашения.</b>	Практическое занятие	3	взаимодействия.  ОР-ИУК.4.2.1 Обучающийся умеет применять	1) Подготовка доклада по теме с электронной презентацией (см. Приложение 2); 2) Изучение вокабуляра по теме.
3.4	<b>Negotiating in English: Concluding the deal./ Переговоры на английском: завершаем сделку.</b>	Практическое занятие	3	современные средства коммуникации, в процессе академического и профессионального взаимодействия на английском языке.  ОР-ИУК.4.3.1 Обучающийся способен оценивать	1) Подготовка доклада по теме с электронной презентацией (см. Приложение 2); 2) Изучение вокабуляра по теме; 3) Написание эссе по теме <i>What makes a successful negotiation?</i>

			<p>эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.</p> <p>ОР-ИОПК.1.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, признанных профессиональным сообществом, на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.2.1. Обучающийся осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.1.3.1. Обучающийся владеет технологиями, позволяющими структурировать, корректировать, редактировать и создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда на английском языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.1.1. Обучающийся демонстрирует навыки применения социокультурного анализа и</p>	
--	--	--	--	--

			<p>определения коммуникативных целей, задач, основных тезисов коммуникационной кампании, адекватных тому или иному социокультурному контексту.</p> <p>ОР-ИОПК.3.2.1. Обучающийся способен определять релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>ОР-ИОПК.3.3.1. Обучающийся способен интегрировать коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.</p> <p>ОР- ИПК 2.3.1. Обучающийся умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими</p>	
--	--	--	--	--

				инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности) на английском языке.	
--	--	--	--	--	--

### **3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки образовательных результатов обучения**

#### **3.1. Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости:**

- 1) Устный опрос;
- 2) Написание эссе;
- 3) Подготовка устных докладов с электронной презентацией.

#### **3.2. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Деловые коммуникации в PR и рекламе/Business communications in PR and advertising»**

##### ***Задание к зачету (2 семестр):***

- 1) Собеседование по пройденным темам (см. таблицу в Разделе 2);
- 2) Подготовка устного сообщения с электронной презентацией по одной из тем семестра (см. таблицу в Разделе 2);
- 3) Индивидуальный список тематического вокабуляра: 50 слов и выражений по каждой пройденной теме (см. таблицу в Разделе 2).

*Допуском к зачету служит выполнение всех текущих заданий.*

##### ***Задание к экзамену (3 семестр):***

- 1) Собеседование по пройденным темам (см. таблицу в Разделе 2);
- 2) Подготовка устного сообщения с электронной презентацией по одной из тем семестра (см. таблицу в Разделе 2);
- 3) Индивидуальный список тематического вокабуляра: 50 слов и выражений по каждой пройденной теме (см. таблицу в Разделе 2);
- 4) Письменное задание (написание эссе, делового письма и т.д.) в рамках изученных тем.

*Допуском к зачету служит выполнение всех текущих заданий.*



#### 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов обучения

##### 4.1. Методические материалы для оценки текущего контроля успеваемости по дисциплине/модулю/практике «Деловые коммуникации в PR и рекламе/Business communications in PR and advertising»

**Порядок расчета итогового балла и критерии оценки за выполнение заданий в течение семестра:**

**0 баллов** – на занятии отсутствовал, задание не выполнено;

**1 балл** – на занятии присутствовал, но задание, в целом, выполнено неправильно, оформление не соответствует требованиям;

**2 балла** – задание выполнено правильно лишь частично, оформление не соответствует большинству требований;

**3 балла** – задание выполнено правильно только наполовину, оформление лишь частично соответствует требованиям;

**4 балла** – задание в целом выполнено, но оформление соответствует не всем требованиям;

**5 баллов** – задание выполнено, но есть серьезные претензии к обобщениям и интерпретации результатов;

**6 баллов** – задание выполнено, но в оформлении слабо выражена аналитическая позиция;

**7 баллов** – выполнение задания и оформление результатов в целом соответствует требованиям, хотя есть незначительные замечания;

**8 баллов** – выполнение задания и оформление результатов в полной мере соответствует требованиям;

**9 баллов** – при выполнении задания и оформлении результатов ярко проявляется исследовательская позиция студента;

**10 баллов** – выполнение задания и оформление результатов свидетельствуют о творчестве, инициативности и трудолюбии студента; отличаются оригинальностью.

**К сдаче зачета с оценкой магистранты допускаются при отработке всех практических заданий.**

##### 4.2. Методические материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине/модулю/практике «Деловые коммуникации в PR и рекламе/Business communications in PR and advertising»

За каждое выполненное контрольное задание магистрант получает балл от 0 до 10 (см. 4.1), который учитывается при выставлении зачета или экзаменационной оценки в совокупности с баллами. Результат считается зачтенным, если магистрант получает балл 4 и выше по критериям оценивания результатов обучения.

**Итоговая оценка**, выставляемая в зачетку и ведомость, складывается из итогового балла, полученного студентом за работу в семестре, и балла, полученного по итогам зачета или экзамена.

Распределение весов при расчете итоговой оценки:

- итоговый балл за работу в семестре – 0,6;

- итоговый балл, полученный за работу непосредственно на зачете или экзамене –

0,4.

Критерии оценки ответов на вопросы экзамена

Вид задания	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания ответов на вопросы экзамена			
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Собеседование по пройденным темам; Индивидуальный список тематического вокабуляра.	<b>УК-4</b>	Отсутствие знания (0-3 балла)	Фрагментарное применение знания (4-6 баллов)	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение знания (7-8 баллов)	Успешное и систематическое применение знания (9-10 баллов)
Письменное задание (написание эссе, делового письма и т.д.)	<b>ОПК-1</b>	Отсутствие умения (0-3 балла)	Фрагментарное умение (4-6 баллов)	Продуктивный уровень усвоения умений (7-8 баллов)	Творческий уровень овладения умением (9-10 баллов)
Подготовка устного сообщения с электронной презентацией по одной из тем семестра.	<b>ОПК-3 ПК-2</b>	Отсутствие навыка (0-3 балла)	Фрагментарное проявление навыка по алгоритму, образцу (4-6 баллов)	Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление навыка (7-8 баллов)	Безошибочное и автоматизированное проявление навыка (9-10 баллов)

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

### Задания по курсу Effective Communications Skills for Business

<https://www.udemy.com/course/effective-communications-skills-for-business/>

#### Lecture 2: Verbal communication.

According to the speaker:

- 1) Why is it vital to say things right and clearly?
- 2) What is the year 2019 in the phonetic alphabet?
- 3) What is the standard form of British English pronunciation based on?
- 4) What does it mean to be an effective verbal communicator?
- 5) What should you do to practice how to be an effective verbal communicator?
- 6) What are the rules to address the Queen of England (for the first time and following this)?

#### Lecture 3: Written communications.

According to the speaker:

- 1) What do you have to avoid when writing business documents?
- 2) What is legalese?
- 3) Why is it good to stick to plain language in business writing?
- 4) What font size should be used for print and presentations?
- 5) Why does midnight not exist in terms of the British railway timetable?

#### Lecture 4: Being an effective presenter.

According to the speaker:

- 1) Why is it important to smile when presenting?
- 2) Is it good to be overenthusiastic while presenting?
- 3) What is good body language?
- 4) What is bad body language?
- 5) What should you not do while presenting?
- 6) What things should be considered when choosing what to wear when presenting?
- 7) Why is electronic equipment not recommended for sitting-down presentations?
- 8) What are the tips for a successful sitting-down presentation?

#### Lecture 5: Media production.

According to the speaker:

- 1) What is it important to know while using the equipment?

#### Lecture 6: Using your skills to negotiate.

According to the speaker:

- 1) Why is it important to keep to a “straight-line deal”?
- 2) What will make you a person worth listening?

#### Lecture 7: Being an effective listener.

According to the speaker:

- 1) What are the ten steps to effective listening?
- 2) Why is practicing important?

Was the *Effective Communications Skills for Business* course useful? Why or why not?  
What new information did you learn from the course?

## **ПРИЛОЖЕНИЕ 2**

### **Примерные темы для подготовки докладов с презентацией:**

- 1) How to be a good negotiator.
- 2) Negotiation tactics.
- 3) Negotiation skills.
- 4) Negotiation strategies.
- 5) Culture and negotiations.
- 6) How to prepare for negotiations.
- 7) How to negotiate under pressure.
- 8) Negotiation table.
- 9) The skill of bargaining.
- 10) Ethics and lying in negotiation.
- 11) Negotiation planning.
- 12) Gender differences in negotiation.
- 13) Negotiating over e-mail.
- 14) Stages of a negotiation.
- 15) Negotiation cases.