

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«03» сентября » 2021 г.

Рабочая программа дисциплины
Профориентированный иностранный язык

Закреплена за кафедрой	кафедра социальных коммуникаций
Учебный план	Направление подготовки <u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
	Профиль подготовки <u>Работа с социальными медиа</u>
Форма обучения	Очно-заочная
Общая трудоёмкость	3
Часов по учебному плану	108
в том числе:	
контактная работа	33,7
самостоятельная работа	42,6
Вид(ы) контроля в семестрах	
<i>экзамен</i>	5 семестр

Томск-2021

Программу составил: Е.В. Полянская, ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультет психологии НИ ТГУ

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

Рабочая программа дисциплины «Профориентированный иностранный язык» разработана в соответствии с СУОС НИ ТГУ: *самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол № 6 от 30.06. 2021 г.)*

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ

Протокол № 1 от 03.09.2021

Цель освоения дисциплины Б1.О.15 «Профориентированный иностранный язык» состоит в формировании коммуникативной языковой компетенции обучающихся, необходимой для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, а также для успешного осуществления профессиональной деятельности в условиях межкультурной профессиональной коммуникации на английском языке.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Профориентированный иностранный язык» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата. Предпосылками успешного овладения курсом «Профориентированный иностранный язык» является базовая лингвистическая подготовка студентов. Курс «Профориентированный иностранный язык» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ОПОП как «Социальное предпринимательство», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Основы интегрированных коммуникаций», а также с видом практики «Профильные мастерские» и со всеми другими видами производственной практики. Программа курса ориентирована на практическую подготовку специалистов, способных к деловой коммуникации в международной сфере, реализующих с помощью иностранного языка свои коммуникативные задачи, а также познавательные интересы по направлению подготовки. Формируемые в ходе изучения дисциплины «Профориентированный иностранный язык» навыки, в дальнейшем, могут использоваться для поиска информации при написании выпускной квалификационной работы и подготовке к государственному междисциплинарному экзамену, защите выпускной квалификационной работы.

Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1.

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК 4.2. Знает лексический и грамматический материал, необходимый для осуществления устной и письменной коммуникации на русском и иностранном языках	ОР- ИУК 4.2 Обучающийся знает: ОР- 4.2.1 - лексический материал, необходимый для устного и письменного делового общения на иностранном языке; ОР- 4.2.2 - грамматический материал, необходимый для устного и письменного делового общения на иностранном языке.
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты, и (или) медиапродукты, и	ИОПК-1.1. Демонстрирует навыки создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, в том числе	ОР- ИОПК-1.1. Обучающийся сможет: ОР- 1.1.1. создавать медиатексты и (или) медиапродукты на основе источников на иностранном языке, признанные профессиональным

(или) коммуникативные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	на основе изучения источников на иностранном языке, признанных профессиональным сообществом.	сообществом. ОР- 1.1.2. создавать коммуникативные продукты на основе источников на иностранном языке, признанные профессиональным сообществом.
--	--	---

2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины/модуля составляет 3 зачетных единиц, 108 час.

Таблица 2.

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах
Общая трудоемкость	5 семестр - 108
Контактная работа:	33,7
Лекции (Л):	-
Практические занятия (ПЗ)	28
Лабораторные работы (ЛР)	-
Семинарские занятия (СЗ)	-
Групповые консультации	2
Индивидуальные консультации	-
Промежуточная аттестация	3,7
Самостоятельная работа обучающегося:	42,6
- написание эссе	+
- подготовка доклада, сообщения	+
- подготовка к практическим занятиям	+
- изучение учебного материала, публикаций	+
- подготовка к контролю по темам	+
- создание электронной презентации	+
Вид промежуточной аттестации	экзамен

2.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	Семестр	Всего (час.)	Код(ы) результата(ов) обучения ¹
	Профориентированный иностранный язык		5	108	ОР- ИУК 4.2 Обучающийся знает: ОР- 4.2.1 - лексический материал, необходимый для устного и письменного делового общения на иностранном языке; ОР- 4.2.2 - грамматический материал, необходимый для устного и письменного делового общения на иностранном языке. ОР- ИОПК-1.1. Обучающийся сможет: ОР- 1.1.1. создавать медиатексты и (или) медиапродукты на основе источников на иностранном языке, признанные профессиональным сообществом. ОР- 1.1.2. создавать коммуникативные продукты на основе источников на иностранном языке, признанные профессиональным сообществом.
1.1	What PR is and does.	Практики		7	
1.2	Jobs in PR.	Практики		7	
1.3	Differences between advertising and PR.	Практики		7	
1.4	Advertising and branding.			7	
1.5	Форма СРС: - написание эссе; - выполнение контрольной работы; - подготовка к словарной работе, тесту; - подготовка сообщения, презентации; - изучение учебного материала; - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к тематическому контролю.	СРС		42,6	
	Текущий контроль успеваемости: тест, словарная работа			2,3	
	Контроль			31,7	
	Промежуточная аттестация	Экзамен			

¹ Коды результатов обучения указываются в соответствии с таблицей 1.

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины

Условием эффективного усвоения содержания дисциплины «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы» является использование следующих образовательных технологий:

- коммуникативная технология – способствует формированию коммуникативной компетентности студентов, что обеспечивает их способность осуществлять устную и письменную коммуникацию на иностранном языке;
- технология тестирования – позволяет контролировать освоение студентами материала курса;
- проектная технология – способствует формированию межпредметных связей, развитию умения использовать иностранный язык как инструмента межкультурной коммуникации;
- игровая технология – способствует повышению мотивации студентов к изучению иностранного языка, способствует раскрытию потенциала студентов, позволяет учитывать их индивидуальные способности, способствует формированию речевых умений;
- информационно-коммуникативные технологии – позволяют совершенствовать межкультурную и лингвистическую компетентность студентов, обеспечивают практическую направленность занятий, способствуют повышению мотивации к обучению.

Виды самостоятельной работы студентов, используемые в рамках дисциплины «Иностранный язык» включают в себя написание эссе; выполнение контрольной работы/контрольных заданий; подготовку доклада, сообщения с электронной презентацией; изучение учебного материала, публикаций; подготовку к практическим занятиям; подготовку к контролю по теме/разделу.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Иностранный язык» представляет собой экзамен в V семестре. Примерные задания для проведения текущего контроля, а также для проведения промежуточной аттестации, см. в документе «Фонд оценочных средств по дисциплине «Профориентированный иностранный язык».

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 40% аудиторных занятий.

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Профориентированный иностранный язык».
- 2) Электронные тексты основных конспектов лекций.
- 3) Электронные презентации основного содержания дисциплины «Основы маркетинга».

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля, а также для проведения промежуточной аттестации – *зачета, зачета с оценкой, экзамена*, - см в документе «Фонд оценочных средств для изучения учебной дисциплины «Основы маркетинга».

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

А) Основная литература:

1. Луканина С. А., In the media world. Английский язык в рекламе, PR, журналистике. М: Книжный дом “Университет”, 2012.

2. Турук, И. Ф., Лобанова Е. И. Английский язык для менеджеров : учебно-методический комплекс . Москва : Университетская книга , 2012.
3. Latham-Koenig, Ch. English file Electronic resource : Pre-intermediate e-book. Oxford, Oxford University Press, 2019. – 167 p. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2021/000794049/000794049.pdf>
4. Latham-Koenig, Ch. English file Electronic resource : Pre-intermediate: workbook with key. Oxford, Oxford University Press, 2019. – 95 p. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2021/000793719/000793719.pdf>
5. Murphy R., English grammar in use Electronic resource : a self-study reference and practice book for intermediate learners of English : with answers. Cambridge [a. o.] : Cambridge University Press , 2012. Электронный ресурс [<http://sun.tsu.ru/limit/2016/000553625/000553625.pdf>]
6. Murphy R., Essential grammar in use. Electronic resource : a self-study reference and practice book for elementary learners of English : with answers. Cambridge : Cambridge University Press , 2015. Электронный ресурс [<http://sun.tsu.ru/limit/2016/000554507/000554507.pdf>]

Б) Дополнительная литература:

1. Агабекян И. П., Деловой английский : [учебное пособие для образовательных учреждений высшего профессионального образования]. Ростов-на-Дону : Феникс , 2013.
2. Английский язык для начинающих : учебник : [по специальностям направления "Лингвистика и межкультурная коммуникация"] /И. П. Крылова, И. А. Краева, С. А. Луканина [и др.]. Москва : КДУ , 2010.
3. Гарагуля С. И. , Английский язык для делового общения : [учебное пособие для образовательных учреждений высшего профессионального образования]. Ростов-на-Дону : Феникс , 2013.
4. Васильева, Е. А., Английский язык с юмором. М : Проспект, 2013.
5. Гордон Е. М., Крылова И. П., Грамматика современного английского языка. - Москва КДУ. – 2011.
6. Кузьменкова Ю. Б., Английский язык : учебник для бакалавров : [для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям]. Москва : Юрайт , 2014.
7. Федорова М. А., От академического письма - к научному выступлению. Английский язык : учебное пособие : [для студентов и магистрантов вузов, аспирантов и преподавателей]. - Москва : Флинта [и др.] , 2016.
8. McLisky M., English for public relations in higher education studies Electronic resource : course book / series editor: Terry Phillips. Reading : Garnet Education , 2011. Электронный ресурс [<http://sun.tsu.ru/limit/2016/000553630/000553630.pdf>]
9. Wallwork A., Email and Commercial Correspondence electronic resource : A Guide to Professional English. New York, NY : Springer New York : Imprint: Springer, 2014. Электронный ресурс [<http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0635-2>]
10. Wallwork A., Meetings, Negotiations, and Socializing electronic resource : A Guide to Professional English. New York, NY : Springer New York : Imprint: Springer, 2014. Электронный ресурс [<http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0632-1>]

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе

зарубежные

1. НБ НИ ТГУ. Ссылки Интернет. Языкознание – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.tsu.ru/ru/yazykoznanie>
2. Полиглот. Английский язык за 16 часов. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.english-polyglot.com/>
3. BBC. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/>
4. Independent. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.independent.co.uk/news/media>
5. Polyglot Club. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://polyglotclub.com/>
6. Ted Talks. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ted.com/talks>

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Windows 7 professional 64 bit
2. Microsoft Office 2010
3. Statistica 6
4. IBM SPSS Statistica 23
5. Mozilla Firefox
6. Opera
7. Google Chrome
8. 7zip

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерный класс общего пользования с подключением к Интернет, оснащенный 15 компьютерами (для работы одной академической группы одновременно), с подключенным к ним периферийным устройствам и оборудованием.
2. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Успешное освоение студентами содержания дисциплины «Профориентированный иностранный язык» предполагает осмысленную работу на практических занятиях в течении пятого семестра, а также предварительное изучение курса «Иностранный язык» базовой части программы обучения.

Курс включает в себя только практические занятия и состоит из 4 тем для знакомства с профессиональной лексикой и основами профессиональной коммуникации на английском языке:

1. *What PR is and does*: definitions of PR, PR practice, PR publics, communication, publicity, marketing, merchandising, promotion, lobbying, etc.
2. *Jobs in PR*: functions of a PR practitioner, PR career titles, PR practitioner activities, etc.
3. *Differences between advertising and PR*: paying media, content, increasing sales, increasing understanding, etc.
4. *Advertising and branding*: advertising and marketing department, jobs description, creating ads, advertising channels, AIDA model, advertising campaigns, brands, etc.

6. **Преподавательский состав, реализующий дисциплину:** Е.В. Полянская
ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ
7. **Язык преподавания:** английский