

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

Факультет психологии



Рабочая программа дисциплины
Профориентированный иностранный язык

Закреплена за кафедрой
Учебный план

кафедра социальных коммуникаций
Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки
Работа с социальными медиа

Форма обучения очная
Общая трудоёмкость 3

Часов по учебному плану 108
в том числе:
контактная работа 33,7
самостоятельная работа 42,6

Вид(ы) контроля в семестрах
экзамен 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