

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.

**Рабочая программа дисциплины/модуля**  
Деловые коммуникации в PR и рекламе/  
Business communications in PR and advertising

Закреплена за кафедрой	<i>социальных коммуникаций</i>
Учебный план	42.04.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Цифровой бренд-менеджмент»
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоёмкость	<i>4 з.е.</i>
Часов по учебному плану	<i>144 ч.</i>
в том числе:	
аудиторная контактная работа	<i>48 аудиторных часов</i>
самостоятельная работа	<i>57,35 ч. самостоятельной работы</i>
Вид(ы) контроля в семестрах	
<i>зачет</i>	<i>2 семестр</i>
<i>экзамен</i>	<i>3 семестр</i>

Программу составил(и)

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

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

Рабочая программа дисциплины «Деловые коммуникации в PR и рекламе/Business communications in PR and advertising» разработана в соответствии с СУОС НИ ТГУ:

*Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017г. № 528;*

*Образовательный стандарт ТГУ по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный решением ученого совета НИ ТГУ 30.06.2021, протокол № 6 и введенным в действие приказом ректора НИ ТГУ № 646/ОД от 05.07.2021.*

Рабочая программа одобрена на заседании УМК ФП НИ ТГУ

Протокол №7 от 05.09.2022

## Цель освоения дисциплины

Формирование у будущих магистров комплекса соответствующих компетенций в сфере деловой межкультурной коммуникации на английском языке, необходимых для успешного осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, реализуемых посредством новых медиа.

### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Деловые коммуникации в PR и рекламе \* Business communications in PR and advertising» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) ОПОП. Формирует заявленные компетенции в интеграции:

- со следующими дисциплинами: «Лидерство и руководство командной работой», «Профессиональная коммуникация на иностранном языке \* Professional communication in a foreign language», «Коммуникационный менеджмент», «Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента», «Основы эффективного делового общения»; «Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line \* Intercultural business communication», «Антропология и семиотика цифровых коммуникаций», «Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом», «Цифровой маркетинг и социальные сети», «Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента»; «Антропология и семиотика цифровых коммуникаций», «Бренд города: лучшие мировые практики», «Управление каналами продаж»;

- и практиками: «Научно-исследовательская работа», «Технологическая практика», «Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика», «Научно-исследовательская работа».

### 2. 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)
<b>УК-4.</b> Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и межкультурного взаимодействия.	ИУК 4.1. Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.  ИУК 4.2. Применяет современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.  ИУК 4.3. Оценивает	ОР-ИУК.4.1.1 Обучающийся умеет обосновывать выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.  ОР-ИУК.4.2.1 Обучающийся умеет применять современные средства коммуникации, в процессе академического и профессионального взаимодействия на английском языке.  ОР-ИУК.4.3.1 Обучающийся способен оценивать эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.

	<p>эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.</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, особенностей иных знаковых систем.</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>

<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 социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.</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><b>ПК-2.</b> Способен к разработке коммуникационной стратегии</p>	<p>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).</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>

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 2.

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах		
Общая трудоемкость	2 семестр	3 семестр	всего

<b>Контактная работа:</b>	<b>25,45</b>	<b>29,5</b>	<b>54,95</b>
Лекции (Л):	8	8	16
Практические занятия (ПЗ)	8	8	16
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Семинарские занятия (СЗ)	8	8	16
Групповые консультации	-	2	2
Индивидуальные консультации	-	-	-
Промежуточная аттестация	1,45	2,3	2,65
<b>Самостоятельная работа обучающегося:</b>	<b>46,55</b>	<b>10,8</b>	<b>57,35</b>
- выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР)			
- написание реферата			
- написание эссе	2		2
- выполнение проекта			
- выполнение расчетно-графических работ			
- выполнение контрольной работы/контрольных заданий (кейс)			
- подготовка доклада, сообщения	3,55	2	5,55
- выполнение творческого задания			
- изучение учебного материала, публикаций	10	3,8	13,8
- подготовка к лабораторным/практическим занятиям/коллоквиумам	12	5	17
- подготовка к круглому столу/дискуссии/диспуту			
- решение кейсов			
- подготовка к рубежному контролю по теме/разделу	12		12
- другие формы самостоятельной работы	7		7
<b>Вид промежуточной аттестации (33,7ч.)</b>	<b>зачет</b>	<b>экзамен</b>	

### 3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3.

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание /	Вид учебной работы, занятий, контроля	Семестр	Часы в электронной форме	Всего (час.)	Литература	Код (ы) результата(ов) обучения
<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		2		ОР-ИУК.4.1.1 ОР-ИУК.4.2.1 ОР-ИУК.4.3.1 ОР-ИОПК1.1.1. ОР-ИОПК.1.2.1. ОР-ИОПК.1.3.1. ОР-ИОПК.3.1.1. ОР-ИОПК.3.2.1. ОР-ИОПК.3.3.1. ОР- ИПК 2.3.1.
1.2.	<b>What makes a successful communicator?/Как стать успешным коммуникатором.</b>	Лекция	2		2		
1.3.	<b>Writing for business: Letters and e-mails./Письменные деловые коммуникации: написание писем на английском языке.</b>	Лекция	2		2		
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		2		
<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		2		ОР-ИУК.4.1.1 ОР-ИУК.4.2.1 ОР-ИУК.4.3.1 ОР-ИОПК1.1.1. ОР-ИОПК.1.2.1. ОР-ИОПК.1.3.1. ОР-ИОПК.3.1.1. ОР-ИОПК.3.2.1. ОР-ИОПК.3.3.1. ОР- ИПК 2.3.1.
2.2	<b>What makes a successful communicator?/Как стать успешным коммуникатором.</b>	Семинар	2		2		
2.3	<b>Writing for business: Letters and e-mails./Письменные деловые коммуникации: написание писем на английском языке.</b>	Семинар	2		2		
2.4	<b>Presenting in English: Persuasive speaking and Power Presentations./Подготовка презентаций на</b>	Семинар	2		2		

	английском языке: как выступить убедительно и грамотно подготовить презентацию на английском языке.						
<b>Практические занятия</b>							
3.1	<b>Business socializing in English: Opening a conversation./Деловое общение на английском: как начать разговор.</b>	Практическое занятие	2		2		ОР-ИУК.4.1.1 ОР-ИУК.4.2.1 ОР-ИУК.4.3.1 ОР-ИОПК1.1.1. ОР-ИОПК.1.2.1. ОР-ИОПК.1.3.1. ОР-ИОПК.3.1.1. ОР-ИОПК.3.2.1. ОР-ИОПК.3.3.1. ОР- ИПК 2.3.1.
3.2	<b>Business socializing in English: Making conversations./Деловое общение на английском: как поддержать беседу.</b>	Практическое занятие	2		2		
3.3	<b>Business socializing in English: Making arrangements./Деловое общение на английском: как договориться с партнером.</b>	Практическое занятие	2		2		
3.4	<b>Business socializing in English: Leave-taking./Деловое общение на английском: как попрощаться.</b>	Практическое занятие	2		2		
	<b>Промежуточная аттестация (зачет)</b>						
<b>Раздел 2. 3 семестр</b>							
<b>Лекционная часть</b>							
1.1.	<b>What is negotiation? Basic points. / Переговоры. Основные моменты.</b>	Лекция	3		2		ОР-ИУК.4.1.1 ОР-ИУК.4.2.1 ОР-ИУК.4.3.1 ОР-ИОПК1.1.1. ОР-ИОПК.1.2.1. ОР-ИОПК.1.3.1. ОР-ИОПК.3.1.1. ОР-ИОПК.3.2.1. ОР-ИОПК.3.3.1. ОР- ИПК 2.3.1.
1.2.	<b>Stages of negotiation./ Этапы переговоров.</b>	Лекция	3		2		
1.3.	<b>Negotiation strategies./ Стратегии переговоров.</b>	Лекция	3		2		
1.4.	<b>How to negotiate successfully: Negotiator qualities./ Как успешно вести переговоры: важные характеристики.</b>	Лекция	3		2		
<b>Семинарские занятия</b>							
2.1	<b>What is negotiation? Basic points. / Переговоры. Основные моменты.</b>	Семинар	3		2		ОР-ИУК.4.1.1 ОР-ИУК.4.2.1 ОР-ИУК.4.3.1 ОР-ИОПК1.1.1.



2.2	<b>Stages of negotiation:</b> <b>1. Preparation</b> <b>2. Discussion</b> <b>3. Clarification of goals</b> <b>4. Negotiate towards a Win-Win outcome</b> <b>5. Agreement</b> <b>6. Implementation of a course of action./</b> <b>Этапы переговоров:</b> <b>1. Подготовка ОР-</b> <b>2. Обсуждение</b> <b>3. Постановка целей</b> <b>4. Достижение взаимовыгодного соглашения</b> <b>5. Планирование деятельности</b> <b>6.</b>	Семинар	3		2		ОР-ИОПК.1.2.1. ОР-ИОПК.1.3.1. ОР-ИОПК.3.1.1. ОР-ИОПК.3.2.1. ОР-ИОПК.3.3.1. ОР- ИПК 2.3.1.
2.3	<b>Negotiation strategies: problem solving, contending, yielding, compromising, inaction./</b> <b>Стратегии переговоров: принятие решений, убеждение, компромисс, бездействие.</b>	Семинар	3		2		
2.4	<b>How to negotiate successfully: Negotiator qualities./</b> <b>Как успешно вести переговоры: важные характеристики.</b>	Семинар	3		2		
<b>Практические занятия</b>							
3.1	<b>Negotiating in English: Preparing to negotiate./</b> <b>Переговоры на английском: подготовка.</b>	Практическое занятие	3		2		
3.2	<b>Negotiating in English: Making proposals./</b> <b>Переговоры на английском: как сделать предложение.</b>	Практическое занятие	3		2		
3.3	<b>Negotiating in English: Reaching agreement./</b> <b>Переговоры на английском: как достичь соглашения.</b>	Практическое занятие	3		2		
3.4	<b>Negotiating in English: Concluding the deal./</b> <b>Переговоры на английском: завершаем сделку.</b>	Практическое занятие	3		2		
	<b>Промежуточная аттестация (экзамен)</b>		1,45				
4	<b>Формы СРС (2 и 3)</b>	СРС			57,35		

	семестры):					
4.1	Подготовка к практическим занятиям	СРС	2,3		17	
4.2	Подготовка доклада, сообщения	СРС	2,3		5,55	
4.3	Изучение учебного материала, публикаций	СРС	2,3		13,8	
4.4	Подготовка к рубежному контролю по теме	СРС	2		12	
4.5	Написание эссе	СРС	2		2	
4.6	Другие формы самостоятельной работы (работа с видеокурсом)	СРС	2		7	

#### **4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины/модуля**

Условием эффективного усвоения содержания курса «Деловые коммуникации в PR и рекламе»./ «Business communications in PR and advertising» и формирования соответствующих знаний является обязательное сочетание лекционных занятий с семинарскими и практическими занятиями, на которых формируются обозначенные выше универсальные и общепрофессиональные компетенции.

Лекционные занятия чередуются с семинарскими и практическими занятиями, на которых знаниевый компонент той или иной компетенции обучающегося дополняется умениями и навыками использовать теоретические знания для решения практических коммуникационных и исследовательских задач. Участие в семинарских занятиях призвано формировать готовность студента самостоятельно осваивать новые темы и искать путь к решению практических проблем через совместное обсуждение и дискуссию, через поиск эффективных способов организации командной работы.

При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция с элементами беседы», рекомендуется использовать:

- Технологию «доклад с электронной презентацией», направленную на развитие исследовательских компетенций обучающихся, проявляющихся в умении осуществлять и представлять для обсуждения разработки коммуникативных стратегий для их реализации на практике. Данная технология позволяет слушателям отрабатывать навыки устной и электронной презентации результатов своей исследовательской работы. В процессе таких занятий происходит более глубокое осознание важности не только содержания и результатов такой работы, но формы их подачи (презентации).

- Технологию семинара-«дискуссии», ориентированную на наиболее полное включение обучающихся в активный процесс коллективного обсуждения (спора) и осмысления темы; на развитие у них критико-аналитического исследовательского мышления; умения правильно формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения; способности внимательно выслушивать своих оппонентов, и не только конструктивно их критиковать, но и при необходимости признавать свои заблуждения и ошибки. Семинар-«дискуссия» используется как метод усиления интереса слушателей к изучаемой проблеме, придания ей большей остроты, актуальности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, должен составляет не менее 50% аудиторных занятий.

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины предполагает следующие

виды работ: Подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуального учебного проекта и подготовка доклада с презентацией (внеаудиторная) для его публичной защиты (аудиторная), написание эссе по темам курса (аудиторная и внеаудиторная), изучение учебного материала, публикаций (внеаудиторная), подготовку к семинарским и практическим занятиям (внеаудиторная), подготовку к рубежному контролю (внеаудиторная) и другие формы самостоятельной работы (например, просмотр видеокурсов - внеаудиторная).

По итогам посещения практических и семинарских занятий, выполнения практических заданий (см. ФОС) обучающийся допускается к зачету (2 семестр) и экзамену (3 семестр). Процедура промежуточной аттестации по дисциплине в форме экзамена предполагает подготовку обучающегося по заданиям, отражающим основные темы курса (см. ФОС), устный ответ преподавателю на вопросы по темам курса.

#### 4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

В период обучения магистрантам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы: программа дисциплины «Деловые коммуникации в PR и рекламе./Business communications in PR and advertising», электронные презентации основного содержания дисциплины «Деловые коммуникации в PR и рекламе./Business communications in PR and advertising».

##### а). Основная литература:

1. Wallwork, A. Email and Commercial Correspondence electronic resource : A Guide to Professional English. New York, NY : Springer New York: Imprint: Springer, 2014. - 164 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0635-2>
2. Wallwork, A. Meetings, Negotiations, and Socializing electronic resource : A Guide to Professional English. New York, NY: Springer New York : : Imprint: Springer, 2014. - 178 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0632-1>
3. Wallwork, A. Presentations, Demos, and Training Sessions electronic resource. New York, NY : Springer New York : : Imprint: Springer, , 2014. - 240 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0644-4>
4. Кокорина Е.А. English for students of PR and advertising. National Research, 2019. - Электронный ресурс: <https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=6ae00bc4-ce94-410e-b36e-3d02490b6cd5%40redis&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHNzbyZsYW5nPXJlJnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#db=cat07729a&AN=tsu.iprbooks86542>

##### б). Дополнительная литература:

1. Lafond, C., Vine, S., Welch, B. English for negotiating. Oxford [a. o.] : Oxford University Press, 2012. - 88 p. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000487967/000487967.pdf>
2. McCarthy, A. Advanced Negotiation Techniques electronic resource. Berkeley, CA: Apress: Imprint: Apress, 2015. - 176 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4842-0850-2>
3. McCarthy, A., Martinovsky, S. H. B.(ed) Emotion in Group Decision and Negotiation electronic resource. Dordrecht: Springer Netherlands: Imprint: Springer, 2015. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-94-017-9963-8>
4. King D., Socialising Electronic resource. Peaslake : Delta Publishing, 2005. - 64 p. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000582125/000582125.pdf>
5. Opresnik, Marc O. The Hidden Rules of Successful Negotiation and Communication electronic resource : Getting to Yes! Cham: Springer International Publishing: Imprint: Springer, 2014. - 136 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-06194-8>
6. Wallwork, A. CVs, Resumes, and LinkedIn electronic resource : A Guide to Professional English. New York, NY: Springer New York: Imprint: Springer, , 2014.

- 200 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0647-5>
7. Wallwork, A. Telephone and Helpdesk Skills electronic resource: A Guide to Professional English. New York, NY: Springer New York: Imprint: Springer, 2014. – 178 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0638-3>
  8. Агабекян И.П. English for managers: учебное пособие. Москва: Проспект, 2019. — 352 с. Электронный ресурс: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392280766.html>
  9. Гаврилов А.Н., Даниленко Л.П. Английский язык. Разговорная речь. Modern American English. Communication gambits: учебник и ипрактикум для вузов. М: Юрайт, 2019. — 129 с. Электронный ресурс <http://www.biblio-online.ru/book/E8B32398-B739-4D2A-B2CB-A4BFBD64FD37>
  10. Ступникова Л. В. Английский язык в международном бизнесе. English in international business activities : Учебное пособие для вузов. Москва: Юрайт , 2020. - 216 с. URL: <https://urait.ru/bcode/456438>
  11. Яшина Т.А. English for Business Communication. Английский язык для делового общения: учебное пособие. Москва: Флинта , 2016. - 110 с.

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

1. Ads of the World [<http://adsoftheworld.com/>]
2. All about Public Relations [[www.aboutpublicrelations.net](http://www.aboutpublicrelations.net)]
3. BBC [<http://www.bbc.com/>]
4. Best Free Advertising Sites [<http://www.bestadvertisingsites.com/>]
5. Independent [<http://www.independent.co.uk/news/media>]
6. Ted Talks [<https://www.ted.com/talks>]
7. Research World (ежемесячный журнал ESOMAR). –  
Режим доступа: е: <http://www.esomar.org/index.php/featured-articles.html>
8. Web of Science
9. Scopus
10. Science Direct
11. Science index

#### **4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения**

Windows 7 professional 64 bit  
Microsoft Office 2010  
Adobe Photoshop CS2  
Mozilla Firefox  
Opera  
Google Chrome  
Headliner 3.01  
7zip

#### **4.4. Оборудование и технические средства обучения**

При освоении данной дисциплины используются:

1. Учебные классы, оснащенные аппаратурой и программным обеспечением для организации практических занятий по курсам ООП магистратуры, в том числе класс, оборудованный видео-конференц-связью (Polysom).
2. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные занятия и другая техника для презентаций учебного материала.

#### **5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины/модуля**

В процессе освоения дисциплины «Деловые коммуникации в PR и рекламе./Business communications in PR and advertising» обучающиеся должны выполнять следующие виды деятельности:

- чтение обязательной и дополнительной литературы;
- изучение и анализ Интернет-источников по темам программы дисциплины;
- подготовка выступлений на семинарских занятиях;
- подготовка электронных презентаций;
- выполнение письменных работ (эссе);
- подготовка доклада.

**6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину:**

Полянская Е.В., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций.

**7. Язык преподавания: английский.**