

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
Учебный план

кафедра социальных коммуникаций
Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки
Работа с социальными медиа

Форма обучения Очно-заочная

Общая трудоёмкость 3

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторная контактная работа 12.8

самостоятельная работа 61.5

Вид(ы) контроля в семестрах экзамен в 5 семестре

Томск-2019

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

Рецензент И. П. Кужелева-Саган, д.филол.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 от 25.02.2019 г. №2)*

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

Протокол №1 от 09.09.2019

Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Профориентированный иностранный язык» является формирование у студентов коммуникативной языковой компетенции, которая позволит им осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке.

1. Место дисциплины/модуля в структуре ООП/ОПОП

Дисциплина «Профориентированный иностранный язык» входит в Обязательную часть Общепрофессионального цикла. Предпосылками успешного овладения курсом «Профориентированный иностранный язык» является базовая лингвистическая подготовка студентов. Таким образом, успех в освоении курса «Профориентированный иностранный язык» во многом зависит от уже полученных ранее компетенций и степени личной мотивации к изучению языка. 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 итоговой государственной аттестации.

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)
ОПК-4 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и	ИОПК-1.1. Демонстрирует навыки создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, в том числе	ИОПК-1.1: ОР -1.1.1 Обучающийся способен создавать медиатексты, медиапродукты и (или) коммуникационные продукты на иностранном языке, признанные профессиональным сообществом.

(или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	на основе изучения источников на иностранном языке, признанных профессиональным сообществом.	ОР -1.1.2 Обучающийся способен использовать источники на иностранном языке для создания медиатекстов, медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов
--	--	---

3. Структура и содержание дисциплины/модуля

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине/модулю

Общая трудоемкость дисциплины/модуля составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	5 сем.	
Общая трудоемкость	108	
Контактная работа:	12.8	
Лекции (Л):		
Практические занятия (ПЗ)		
Лабораторные работы (ЛР)		
Семинарские занятия (СЗ)		
Групповые консультации		
Индивидуальные консультации		
Промежуточная аттестация		
Самостоятельная работа обучающегося:	61.5	
- <i>написание эссе</i>		
- <i>выполнение контрольной работы/контрольных заданий</i>		
- <i>подготовка доклада, сообщения</i>		
- <i>изучение учебного материала, публикаций</i>		
- <i>подготовка к практическим занятиям</i>		
- <i>подготовка к рубежному контролю по теме/разделу</i>		
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой)	экзамен	

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины/модуля

Таблица 3

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	Семестр	Код (ы) результата(ов) обучения ¹
			5	ИОПК-1.1
	Раздел 1. Английский язык в профессиональной сфере: Basics of Public Relations			Демонстрирует навыки создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, в том числе на основе изучения источников на иностранном языке, признанных профессиональным сообществом:
1.1	<i>What PR is and does: definitions of PR, PR practice, PR publics, communication, publicity, marketing, merchandising, promotion, lobbying, etc.</i>	Практика		ОР -1.1.1 Обучающийся способен создавать медиатексты, медиапродукты и (или) коммуникационные продукты на иностранном языке, признанные
1.2	<i>Jobs in PR: functions of a PR practitioner, PR career titles, PR practitioner activities, etc.</i>	Практика		
1.3	<i>Differences between advertising and PR: paying media, content, increasing sales, increasing understanding, etc.</i>	Практика		
	Раздел 2. Английский язык в профессиональной сфере: Basics of Advertising			
2.1	<i>Advertising and marketing: advertising and</i>	Практика		

¹ Коды результатов обучения указываются в соответствии с таблицей 1.

	marketing department, creating ads, advertising channels, advertising campaigns, AIDA model, etc.			профессиональным сообществом. ОР -1.1.2 Обучающийся способен использовать источники на иностранном языке для создания медиатекстов, медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов
2.2	<i>Jobs in advertising</i> : job titles, jobs description, professional activities, functions of an advertising practitioner, etc.	Практика		
2.3	<i>Advertising techniques</i> : emotional appeal, promotional advertising, facts and statistics, endorsements, surrogate advertising, etc.	Практика		
3	Форма СРС: - написание эссе; - выполнение контрольной работы; - подготовка к словарной работе, тесту; - подготовка сообщения, презентации; - изучение учебного материала; - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю.	СРС		
	Промежуточная аттестация	Экзамен		

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

Условием эффективного усвоения содержания дисциплины

«Профориентированный иностранный язык» 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 «Профориентированный 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 рубежному контролю по теме/разделу.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Профориентированный 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».

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

А) Основная литература:

1. Агабекян И.П. English for managers: учебное пособие. Москва: Проспект, 2019. — 352 с. Электронный ресурс:
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392280766.html>

2. 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>
3. Latham-Koenig C., Oxenden C., English file Upper-intermediate : student's book. Oxford : Oxford University Press , 2014. Электронный ресурс [http://sun.tsu.ru/limit/2016/000515047/000515047.pdf]
4. Latham-Koenig C., Oxenden C., English file Upper-intermediate : workbook with key. Oxford : Oxford University Press , 2014. Электронный ресурс [http://sun.tsu.ru/limit/2016/000515048/000515048.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. Алонцева Н. В., Ермошин Ю. А., Английский язык для направления "Менеджмент" : учебник для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по экономическим направлениям. Москва : Академия , 2014.
3. 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.
4. Гарагуля С. И. , Английский язык для делового общения : [учебное пособие для образовательных учреждений высшего профессионального образования]. Ростов-на-Дону : Феникс , 2013.
5. Васильева, Е. А., Английский язык с юмором. М : Проспект, 2013.
6. Гордон Е. М., Крылова И. П., Грамматика современного английского языка. - Москва КДУ. – 2011.
7. Кузьменкова Ю. Б., Английский язык : учебник для бакалавров : [для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям]. Москва : Юрайт , 2014.
8. Луканина С. А., In the media world. Английский язык в рекламе, PR, журналистике. М: Книжный дом "Университет", 2012.

9. Турук, И. Ф., Лобанова Е. И. Английский язык для менеджеров : учебно-методический комплекс . Москва : Университетская книга , 2012.
10. 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.
11. 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>]
12. 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>]
13. 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 – Режим доступа: [<http://lib.tsu.ru/ru/yazykoznanie>]
2. Полиглот. Английский язык за 16 часов. – Режим доступа: [<http://www.english-polyglot.com/>]
3. BBC. – Режим доступа: [<http://www.bbc.com/>]
4. Independent. – Режим доступа: [<http://www.independent.co.uk/news/media>]
5. Polyglot Club. – Режим доступа: [<http://polyglotclub.com/>]
6. Ted Talks. – 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 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/модуля

Курс состоит из 2 разделов, в которые входят 6 тем для знакомства с профессиональной лексикой и основами профессиональной коммуникации на английском языке:

Раздел 1. Basics of Public Relations:

1.1 What PR is and does: definitions of PR, PR practice, PR publics, communication, publicity, marketing, merchandising, promotion, lobbying, etc.

1.2 Jobs in PR: functions of a PR practitioner, PR career titles, PR practitioner activities, etc.

1.3 Differences between advertising and PR: paying media, content, increasing sales, increasing understanding, etc.

Раздел 2. Basics of Advertising:

2.1 Advertising and marketing: advertising and marketing department, creating ads, advertising channels, advertising campaigns, AIDA model, etc..

2.2 Jobs in advertising: job titles, jobs description, professional activities, functions of an advertising practitioner, etc.

2.3 Advertising techniques: emotional appeal, promotional advertising, facts and statistics, endorsements, surrogate advertising, etc.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину

Е.В. Полянская, ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

7. Язык преподавания - английский