Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 19.06.2024 10:58:16
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c873e79a746e849dcb1ab6c4b7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	**Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью**
Содержание	Unit 1. Definitions of Public Relations Unit 2. History of PR Unit 3. How does Public Relations differ from advertising? Unit 4. Public Relations, Marketing, Sales Promotion, Publicity, Propaganda and Advertising Unit 5. Necessary qualities of Public Relations Specialist Unit 6. Need for an Internal Department Unit 7. Studying the Press Unit 8. How to achieve Good Press Relations Unit 9. The News Release Unit 10. Sponsoring Unit 11. Early two-way communication Unit 12. Public Relations and its audiences Unit 13. Scope and structure of the Public Relations industry Unit 14. Public relations activities Unit 15. Industry relations Unit 16. Public Relations for Small Businesses Unit 17. Political advertising Unit 18. The Effects of Political Advertising Unit 19. PR and CSR Unit 20. Implementing CSR by PR-managers Unit 21. Media and Politics Unit 22. PR and Politics Unit 23. CSR and Social Media
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). Выбирает приемлемый стиль делового общения на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами в устной и письменной формах. Использует информационно- коммуникационные технологии для повышения эффективности профессионального взаимодействия, поиска необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках. Оценивает эффективность применяемых коммуникативных технологий в профессиональном взаимодействии на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках, производит выбор оптимальных.
Трудоемкость, з.е.	**7**
Формы отчетности (в т.ч. по семестрам)	Экзамен 4 семестр
Информационное и учебно-методическое и обеспечение дисциплины	
Основная литература	1.Электронный ресурс / Ходырева Е. Б., Капитула Н. В. : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. - 41 с. - Рекомендовано методической комиссией Института международных отношений и мировой истории для студентов ННГУ, обучающихся по направлениям подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», экземпляров неограничено 2. Кокорина, Е. А. English for students of PR and advertising Электронный ресурс : Учебное пособие для студентов высших учебных

	заведений / Е. А. Кокорина. - New York : National Research, 2019. - 95 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-1-7332694-1-4, экземпляров неограничено
Дополнительная литература	1. Данчевская, О. Е. English for Cross-Cultural and Professional Communication : учебное пособие / О.Е. Данчевская, А.В. Малёв. - 6-е изд., стер. - Москва : Издательство «Флинта», 2017. - 192 с. - http://biblioclub.ru/. - ISBN 978-5-9765-1284-9, экземпляров неограничено 2. Practice communication skills in English: Mass Media in Modern Society Электронный ресурс : учебное пособие. - Барнаул : АлтГПУ, 2017. - 159 с. - ISBN 978–5–88210–865–5, экземпляров неограничено 3. Попов, Е.Б. Профессиональный иностранный язык: английский язык : учебное пособие / Е.Б. Попов. - 2-е изд., стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 151 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-2797-6 ; То же [Электронный ресурс]. – ЭБС URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494797