

42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, магистратура
профиль: Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах
АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины
Иностранный язык (профессиональный)
обязательная дисциплина
Очно-заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	Знание иностранного языка на уровне не ниже разговорного и достижение следующих результатов образования: повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.
Содержание дисциплины (основные темы, разделы, модули)	Место PR в различных коммуникационных системах. Планирование PR- мероприятий и их дифференциация. СМИ как основной канал воздействия PR-технологий. Управление информацией и конструирование новостей. Спикеры по маркетингу и PR. Реклама
Формируемые компетенции (коды)	УК-4, ОПК-1
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-4.1 Осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке. УК-4.2. Переводит академические и профессиональные тексты (рефераты, аннотации, обзоры, статьи и т.д.) с иностранного языка или на иностранный язык. УК-4.3. Способен выстраивать стратегию общения с партнерами, в том числе зарубежными в соответствии с нормами межкультурной коммуникации. ОПК-1.1. Демонстрирует навыки планирования и организации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом национальной и культурной специфики. ОПК-1.2. Умеет координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменения норм русского и иностранного языков. ОПК-1.3. Владеет навыками организации процесса поиска творческой идеи при создании медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов.
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	«Коммуникации в кросс-культурном пространстве» «Научно-исследовательская работа» «Современный медиатекст» «Преддипломная практика»
Образовательные технологии	Практические занятия; Самостоятельная работа студентов.
Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет с оценкой, зачет)	Зачет