

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова»
(НГУАДИ)

РПД одобрена
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 53 от 26.08.2024

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НГУАДИ
_____ Н.В. Багрова

" ____ " _____ 202_ г.

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА
ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ (МОДУЛЬ)**
Письменная профессиональная коммуникация
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Гуманитарных и социально-экономических дисциплин**

Учебный план 42.04.01_2023_MagРиО.rlx
Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Квалификация **Магистр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **1 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 36

в том числе:

аудиторные занятия 8

самостоятельная работа 28

Виды контроля в семестрах:

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	16 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Практически е	8	8	8	8
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. работа	28	28	28	28
Итого	36	36	36	36

Программу составил(и):

Кандидат наук , Зав.кафедрой ГИСЭД, Дьячков А.В.

Рецензент(ы):

Доктор технических наук, Зав кафедрой ПД, Бекк Н.В.

Рабочая программа дисциплины

Письменная профессиональная коммуникация

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 26.08.2024 протокол № 53.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Гуманитарных и социально-экономических дисциплин

Протокол от 26.08.2024 г. № 1

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. кафедрой Дьячков А.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Целью освоения дисциплины "Письменная профессиональная коммуникация" является формирование у обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью компетенций в соответствии с ФГОС ВО. В процессе освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4, УК-5. Задачи дисциплины: Совершенствование навыков письменной речи на иностранном языке.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.04
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Обучающийся должен знать: Систему времён Английского глагола. Правила употребления пассивного залога в устной и письменной речи. Правила употребления предлогов (пространственных, временных, падежных, фразовые глаголы). Правила употребления артиклей.
2.1.2	Обучающийся должен уметь: высказывать своё мнение по изучаемым темам. Употреблять в спонтанной речи все времена Английского глагола, пассивный залог, предлоги. Строить вопросительные и отрицательные предложения в спонтанной речи
2.1.3	Обучающийся должен владеть: основной (содержащейся в учебнике), а также дополнительной (не содержащейся в учебнике) информацией по основным изученным на I и II курсах разговорным темам. Необходимым лексическим минимумом в объёме 1200 слов.
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	История отечественной и зарубежной рекламы и связей с общественностью
2.2.2	Мировые культуры и межкультурные коммуникации
2.2.3	Производственная практика. Профессионально-творческая практика
2.2.4	Устная профессиональная коммуникация
2.2.5	Экзамен по модулю "Профессиональная коммуникация на иностранном языке (модуль)"
2.2.6	Психология коммуникаций в креативных индустриях
2.2.7	Экзамен по модулю "Управление персоналом и организациями в креативных индустриях (модуль)"
2.2.8	Зачет с оценкой по модулю "Педагогические технологии (модуль)"
2.2.9	Педагогические технологии (модуль)
2.2.10	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.11	Технологии обучения и методики преподавания
2.2.12	Экзамен по модулю "Теория и практика маркетинговых коммуникаций (модуль)"

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	
Знать:	
Уровень 1	Грамматические конструкции и речевые штампы, необходимые для запроса и передачи деловой письменной информации на иностранном языке
Уметь:	
Уровень 1	Использовать иностранный язык в деловом общении
УК-5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	
Уметь:	
Уровень 1	Сформулировать в письменной форме на иностранном языке свое мнение о рассматриваемой культуре

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	У-4.1.3 Правила использования языковых единиц в письменных формах профессиональной коммуникации.
3.2	Уметь:
3.2.1	УК-4.2.2 Свободно и целенаправленно использовать полученные знания для решения практических задач в условиях письменной форм профессиональной коммуникации;
3.2.2	УК-5.2.2 Аргументировано объяснять и корректировать стилистические нарушения в текстах разных жанров при деловом письменном общении;

3.3	Владеть:
-----	----------

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Тема "Creative industries"					
1.1	Работа над темой "Advertising" /Пр/	1	4	УК-4 УК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
1.2	Работа над темой "PR" /Пр/	1	4	УК-4 УК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
1.3	Написание эссе по одной из пройденных тем /Ср/	1	28	УК-4 УК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ	
5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине	
Для оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине "Письменная профессиональная коммуникация" используются следующие оценочные средства: "Эссе", и шкалы оценивания: 1. 0-30 баллов (неудовлетворительно)-Компетенция не сформирована, у обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий; 2. 31-50 баллов(удовлетворительно)-Компетенция сформирована на пороговом уровне, пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач; 3. Базовый уровень 51-81 балл(хорошо)- Компетенция сформирована на базовом уровне, базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам; 4. Продвинутый уровень 81-100 баллов(отлично)- Компетенция сформирована на продвинутом уровне, продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	
5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	
Написание Эссе по одной из выбранных тем: Advertising PR Подробнее см. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Письменная профессиональная коммуникация"	
5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	
Текущий контроль по дисциплине «Письменная профессиональная коммуникация» проводится в форме предоставления магистрантом Эссе на заданную тему. Готовясь к нему, магистрант повторяет изученный материал, восполняет пробелы, приводит свои знания в систематизированный вид, получает более глубокое представление о содержании курса. Вследствие этого подготовка к написанию Эссе сама оказывается важной формой учебной работы. Магистрантам, получившим неудовлетворительные оценки, поясняем процедуру и сроки проведения переэкзаменовки, которую следует проводить после окончания сессии. Тщательный анализ результатов зачета самим преподавателем, обсуждение результатов на кафедре помогают преподавателю сделать соответствующие выводы для дальнейшей работы - на какие темы и вопросы курса обратить дополнительное внимание, какие методы и формы обучения усиливать как более эффективные.	

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
6.1. Рекомендуемая литература	
6.1.1. Основная литература	

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Федоров В. А., Нехаева О. Г.	Economics and Management in the Modern World: учебное пособие	Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019
Л1.2	ДЬЯЧКОВ Алексей Васильевич.	Сборник упражнений по иностранному языку (приложение к учебному пособию Masterpieces of Novosibirsk Architecture)	Новосибирск: , 2020
Л1.3	Голоусова, Е. С.	Кросс-культурный менеджмент = Cross-cultural management: учебное пособие	Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2017

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Иванова Ю. А.	English grammar: учебное пособие по грамматике английского языка для студентов неязыковых специальностей	Саратов: Вузовское образование, 2015
Л2.2	Слепович В. С.	Перевод (английский – русский) = Translation (English – Russian): учебник	Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014
Л2.3	Zinurova, R. I., Tuzikov, A. R.	Organisation's Responsibility and Quality Management: tutorial	Kazan: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2019

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Письменная профессиональная коммуникация» - https://portal.nsuada.ru/course/view.php?id=1688
----	---

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64
---------	---

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.
7.2	Аудитория для самостоятельной работы, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Способствуют разъяснению теоретических положений курса через систему практических заданий и упражнений, что позволяет обучающимся овладевать навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки теоретических обзоров по соответствующей теме и конкретной проблеме; навыками работы в малых группах; развивают организаторские способности по подготовке коллективной облачной презентации.

Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды работ:

- ☐ работа с конспектом лекций;
- ☐ просмотр рекомендуемой литературы;
- ☐ просмотр электронной презентации лекции, выложенной на ЭОР (сайт);
- ☐ подготовка ответов к тестовым заданиям;
- ☐ решение различных типов практических заданий.

Предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации, а также подготовку к экзамену по модулю. Самостоятельная работа выполняется индивидуально в части подготовки к экзамену по модулю.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крычкова»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины (модуля)

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА
ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ (МОДУЛЬ)**

Письменная профессиональная коммуникация

Учебный план: 42.04.01_2023_MarPиCO.plx

Направление подготовки (специальность): 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Составитель: канд. филос. наук,
доцент кафедры ГиСЭД,
Журин А.Н.

Рассмотрен и рекомендован
для использования в учебном процессе
на заседании кафедры Гуманитарных и
социально-экономических дисциплин
Протокол от 26.08.2024 № 1
Зав. кафедрой ГиСЭД Дьячков А.В.

Новосибирск 2024

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Фонд оценочных средств (ФОС) включает материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Целью текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА) является контроль освоения запланированных по дисциплине знаний и умений, направленных на формирование у обучающихся компетенций в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Код компетенции	Код и наименование индикаторов компетенций
УК-4	УК-4.1.3 Правила использования языковых единиц в письменных формах профессиональной коммуникации; УК-4.2.2 Свободно и целенаправленно использовать полученные знания для решения практических задач в условиях письменной форм профессиональной коммуникации;
УК-5	УК-5.2.2 Аргументировано объяснять и корректировать стилистические нарушения в текстах разных жанров при деловом письменном общении;

1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Оценочное средство: Тестовые задания по дисциплине «Письменная профессиональная коммуникация».

Тема 1. Работа над темой "Advertising".

Задание 1.

Выберите правильный вариант перевода предложения

The expansion of business in the 19th century was accompanied by the growth of an advertising industry; it was that century, primarily in the US that saw the establishment of advertising agencies.

- 1) Расширение бизнеса в XIX веке сопровождалось развитием рекламной индустрии; именно в этом веке, прежде всего в США, появились многочисленные рекламные агентства.
- 2) Крупномасштабное расширение торговли в XIX веке сопровождалось ростом рекламной индустрии; именно в этом веке в США появились различные рекламные агентства.
- 3) Расширение бизнеса в XIX веке сопровождалось совершенствованием рекламной индустрии; именно в этом веке, прежде всего в США, появились рекламные агентства.
- 4) Развитие бизнеса в XIX веке сопровождалось ростом рекламной индустрии; именно в этом веке в США появились первые рекламные агентства.

Задание 2.

Выберите правильный вариант перевода предложения

By the 1920s agencies had come into being that could plan and execute complete advertising campaigns, from initial research to copy preparation to placement in various media.

- 1) К 1920-м годам появились агентства, которые могли планировать и проводить полноценные рекламные кампании, начиная от первоначальных исследований,

- подготовки копий и заканчивая размещением в различных СМИ.
- 2) К 1920-м годам появились организации, которые могли планировать эффективные рекламные кампании, начиная от первоначальных исследований, подготовки копий и заканчивая размещением в различных СМИ.
 - 3) К 1920-м годам появились организации, которые могли эффективно планировать и проводить рекламные мероприятия, начиная от первоначальных исследований и заканчивая размещением в различных СМИ.
 - 4) К 1920-м годам появились агентства, которые могли планировать и проводить рекламные кампании, начиная от анализа исследований, подготовки объявлений и заканчивая их демонстрацией в СМИ.

Задание 3.

Выберите правильный вариант перевода предложения

Perhaps the most basic was the newspaper, which offered advertisers large circulations, a readership close to the advertiser's place of work, and the ability to change their adverts frequently and regularly.

- 1) Пожалуй, самой основной была газета, которая предлагала рекламодателям большие тиражи, огромную читательскую аудиторию, близкую к месту работы рекламодателя, и способность менять свои рекламные объявления.
- 2) Наиболее распространенной была газета, которая предлагала рекламодателям огромные тиражи, читательскую аудиторию, близкую к месту работы рекламодателя, и возможность часто менять свои рекламные объявления.
- 3) Пожалуй, самой основной была газета, которая предлагала большие сборы, читательскую аудиторию, близкую к месту работы заказчика, и возможность часто и регулярно менять свои рекламные сообщения.
- 4) Пожалуй, самой основной была газета, которая предлагала рекламодателям большие тиражи, читательскую аудиторию, близкую к месту работы рекламодателя, и возможность часто и регулярно менять свои рекламные объявления.

Задание 4.

Выберите правильный вариант перевода предложения

For advertisers the most important facts about a given television or radio program are the size and composition of its audience.

- 1) Для рекламодателей наиболее важными фактами о той или иной телевизионной или радиопрограмме являются размер и состав ее аудитории.
- 2) Для рекламодателей наиболее важными фактами о той или иной радиопрограмме является величина ее аудитории.
- 3) Для рекламодателей наиболее важными фактами о той или иной теленовостной или радиопрограмме является охват аудитории.
- 4) Для рекламодателей существенными параметрами той или иной теле- или радиопрограммы являются размер и состав ее аудитории.

Задание 5.

Переведите данное предложение на русский язык.

The first step toward modern advertising came with the development of printing in the 15th and 16th centuries.

Задание 6.

Выберите ответ на вопрос, основываясь на информации, содержащейся в тексте «History of Advertising»

What innovation in advertising appeared in Entertainment Weekly magazine in 2009?

- 1) Interactive billboards
- 2) Video advertisements embedded in print publications
- 3) Personalized direct mail
- 4) Digital radio spots

Задание 7.

Выберите ответ на вопрос, основываясь на информации, содержащейся в тексте «History of Advertising»

What is one of the main advantages of newspapers as an advertising medium?

- 1) They offer personalized appeals to customers.
- 2) They allow advertisers to frequently alter their advertisements.
- 3) They are state-run and free of charge.
- 4) They are the only medium that targets specific audiences.

Задание 8.

К каждой части предложения, расположенной в левом столбце, подберите соответствующую часть предложения из правого столбца:

	Название текста		Определение
A)	Marketing is more than just distributing goods...	1)	...was accompanied by the growth of an advertising industry, primarily in the US.
Б)	The first step toward modern advertising came...	2)	...its production and placement must be based on a knowledge of the public and skilled use of the media.
B)	The great expansion of business in the 19th century...	3)	...from the manufacturer to the final customer; it includes all stages from product creation to after-market.
Г)	Advertising developed in a variety of media...	4)	...such as newspapers, magazines, television, radio, and digital platforms.
Д)	For an advertisement to be effective...	5)	..with the development of printing in the 15th and 16th centuries.

Задание 9.

Прочитайте текст «History of Advertising» и вставьте пропущенное слово.

The first advertising agencies were essentially brokers for _____ in newspapers.

Задание 10.

Прочитайте текст «History of Advertising» и вставьте пропущенное слово.

Advertisers face a basic choice: they can have their message seen or heard by many people fewer times, or by fewer people _____ times.

Тема 2. Тема "PR".

Задание 11.

Выберите правильный вариант перевода предложения

The publics may include segments as narrow as female voters of a particular political party who are between 35 and 50 years of age or the shareholders in a particular corporation.

- 1) Публика может включать такие сегменты, как избирательницы политической партии в возрасте от 35 до 50 лет из числа акционеров определенной корпорации.
- 2) Общественность может исключать такие узкие сегменты, как избирательницы определенной политической партии в возрасте от 35 до 50 лет или акционеры корпорации.
- 3) Общественность может включать такие значимые сегменты, как выборщицы определенной политической партии в возрасте от 35 до 50 лет или акционеры определенной корпорации.
- 4) Общественность может включать такие узкие сегменты, как избирательницы определенной политической партии в возрасте от 35 до 50 лет или акционеры определенной корпорации

Задание 12.

Выберите правильный вариант перевода предложения

The empire builders of the 19th century often disdained a curious public and an inquisitive press, but this attitude soon came under fire from journalists

- 1) Имперцы XIX века часто отвергали публику и любознательную прессу, но вскоре это отношение стало объектом нападок со стороны журналистов.
- 2) Строители империй XIX века часто пренебрегали любопытной публикой и любознательной прессой, но вскоре это отношение стало предметом нападок со стороны журналистов.
- 3) Строители империй XIX века пренебрегали ветреной публикой и любознательной прессой, но вскоре это пренебрежение стало предметом насмешек журналистов.
- 4) Строители империй XIX века часто пренебрегали любопытной публикой и прессой, но вскоре это качество стало предметом нападок со стороны журналистов.

Задание 13.

Выберите правильный вариант перевода предложения.

In Great Britain, as in the United States, the appointment of public relations directors by various government departments during World War II was a prelude to greatly increased postwar emphasis on public relations.

- 1) В Великобритании, в большей степени, чем в США, повышение директоров по связям с общественностью различными государственными ведомствами во время Второй мировой войны стало прелюдией к значительному усилению внимания к связям с общественностью в послевоенный период.
- 2) В Великобритании, как и в США, назначение директоров по связям с общественностью различными государственными ведомствами во время Второй мировой войны стало прелюдией к значительному усилению внимания к связям с общественностью в послевоенный период.
- 3) В Великобритании, как и в США, задействование руководителей по связям с общественностью государственными ведомствами во время Второй мировой войны стало прелюдией к значительному усилению внимания к связям с общественностью в довоенный период.
- 4) В Великобритании, как и в США, назначение директоров по связям с

общественностью различными исполнительными ведомствами до Второй мировой войны свидетельствовало о значительном усилении внимания к связям с общественностью в послевоенный период.

Задание 14.

Выберите правильный вариант перевода предложения.

This aspect of public relations is complicated by the variety of media; besides newspapers, magazines, and radio and television, there are publications of professional associations, recreational groups, and trade associations.

- 1) Этот аспект связей с общественностью осложняется разнообразием средств массовой информации: помимо газет, журналов, радио и телевидения, существуют издания профессиональных ассоциаций, групп отдыха и торговых объединений.
- 2) Этот аспект связей с общественностью дополняется разнообразием средств массовой информации: помимо газет, тематических журналов, телевидения, существуют издания различных ассоциаций, групп отдыха и торговых объединений.
- 3) Этот аспект связей с общественностью обостряется разнообразием средств массовой информации: помимо журналов, радио и телевидения, существуют издания профессиональных отраслей, групп по интересам и коммерческих организаций.
- 4) Этот аспект связей с общественностью осложняется множественностью средств массовой информации: помимо газет, радио и телевидения, широко распространены материалы профессиональных ассоциаций, групп отдыха и торговых объединений.

Задание 15.

Переведите данное предложение на русский язык.

Within a decade hardly an agency of any government was without its public relations staff.

Задание 16.

Выберите ответ на вопрос, основываясь на информации, содержащейся в тексте «Public Relations»

What is the primary focus of public relations?

- 1) Managing relations between an entity and its publics.
- 2) Selling products to consumers.
- 3) Creating advertisements for mass media.
- 4) Conducting market research.

Задание 17.

Выберите ответ на вопрос, основываясь на информации, содержащейся в тексте «Public Relations»

What did Ivy Lee advise the anthracite coal-mine operators to do?

- 1) Limit information about accidents.
- 2) Avoid the press entirely.
- 3) Refuse to communicate with miners.
- 4) Answer questions from the press.

Задание 18.

Выберите ответ на вопрос, основываясь на информации, содержащейся в тексте «Public Relations».

What did U.S. legislation in 1913 require for hiring "publicity experts"?

- 1) Congressional authorization.

- 2) Approval from the president.
- 3) A public vote.
- 4) No specific requirements.

Задание 19.

Прочитайте текст «Public relations» и вставьте пропущенное слово.

Ivy Lee persuaded the mine owners to abandon their refusal to answer questions and to supply the press with all possible _____.

Задание 20.

Прочитайте текст и приведите в соответствие.

К каждой части предложения, расположенной в левом столбце, подберите соответствующую часть предложения из правого столбца:

	Название текста		Определение
A)	<i>The primary goal of public relations is to...</i>	1)	<i>...the variety of media and the need to generate favorable publicity across different platforms.</i>
B)	<i>Ivy Lee's contribution to public relations included...</i>	2)	<i>...acquaint the client with public perceptions and influence these perceptions through controlled information.</i>
B)	<i>Government agencies began to recognize the importance of public relations...</i>	3)	<i>...sociological education, as seen in Earl Newsom's use of Gustave LeBon's work to educate clients about public sovereignty.</i>
Г)	<i>Public relations involves ethical counseling and...</i>	4)	<i>...persuading clients to be transparent with the press, such as providing full information about accidents or crises.</i>
Д)	<i>The complexity of public relations arises from...</i>	5)	<i>...during World War II, leading to the widespread establishment of public relations staff in government agencies post-war.</i>

Критерии оценивания теста:

Максимальное количество баллов - 40

Не сформирована 0–12 баллов (неудовлетворительно)	Пороговый уровень 13–20 баллов (удовлетворительно)	Базовый уровень 21–32 балла (хорошо)	Продвинутый уровень 33–40 баллов (отлично)
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности,

практических заданий.	профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	<i>профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам</i>	нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении
-----------------------	--	--	--

Оценочное средство 2. Перевод с английского языка на русский текстов по дисциплине «Письменная профессиональная коммуникация».

Критерии оценки перевода:

Точность перевода

Перевод должен точно передавать смысл исходного текста без искажений, пропусков или добавлений.

Грамматическая и стилистическая правильность

Перевод должен быть грамматически правильным, соответствовать нормам русского языка и сохранять стиль оригинала.

Лексическое соответствие

Слова и выражения должны быть подобраны адекватно, с учетом контекста и значений в оригинале.

Соответствие формату и структуре текста

Перевод должен сохранять структуру и формат оригинала (абзацы, пунктуация, выделения и т.д.).

Оценочное средство 3. Пересказ с английского языка на русский текстов по дисциплине «Письменная профессиональная коммуникация».

1. Полнота передачи содержания

Пересказ должен включать все ключевые идеи, факты и детали из оригинального текста.

2. Точность пересказа (грамматика, лексика, стиль)

Пересказ должен быть грамматически правильным, с точным использованием лексики и сохранением стиля оригинала.

3. Логичность и связность изложения

Пересказ должен быть логичным, с четкой структурой и связностью между предложениями и абзацами.

4. Соответствие объему и сложности оригинала

Пересказ должен соответствовать объему и сложности оригинального текста.

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Данная дисциплина входит в модуль, который включает несколько связанных предметов, направленных на углубленное изучение выбранной области.

Профессиональная коммуникация на иностранном языке (модуль)	
Дисциплина модуля	Форма промежуточной аттестации
Письменная профессиональная коммуникация	Экзамен
Устная профессиональная коммуникация	

Экзамен – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Экзамен включает в себя задания по каждой из дисциплин модуля: эссе на заданную тему, доклад по изученным текстам, устный ответ на дополнительные вопросы и формулирование вопросов. Итоговая оценка является средним значением результатов всех заданий.

Эссе на английском языке по дисциплине «Письменная профессиональная коммуникация».

1. Необходимая информация для адекватного восприятия темы

Эссе должно четко раскрывать тему, содержать ключевые идеи и аргументы, необходимые для понимания. Информация должна быть структурированной, логичной и соответствовать заданной теме.

2. Грамматическая и пунктуационная правильность

Эссе должно быть написано грамматически правильно, без ошибок в пунктуации, орфографии и синтаксисе.

3. Дополнительная информация, связанная с темой (не содержащаяся в тексте)

Эссе должно содержать дополнительные факты, примеры или идеи, которые расширяют понимание темы и демонстрируют глубокое знание материала.

4. Собственное оценочное мнение

Эссе должно содержать четко выраженное личное мнение автора, подкрепленное аргументами и примерами.

Не сформирована (неудовлетворительно)	Пороговый уровень (удовлетворительно)	Базовый уровень (хорошо)	Продвинутый уровень (отлично)
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать

	и алгоритмов решения практических задач	управленческ ие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении
--	--	--	---