

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ
Кафедра Культуры мира и демократии

АНАЛИЗ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Код и наименование направления подготовки/специальности

Современные коммуникации и реклама

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *Очная, очно-заочная, заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Анализ профессиональной литературы на иностранном языке

Рабочая программа дисциплины
Составитель(и):
*доцент кафедры КМД ИАИ РГГУ,
Гордеева М.А.*

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания кафедры
№ 2 от 29.02.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 1.1. Цель и задачи дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы **Ошибка! Закладка не определена.**
 2. Структура дисциплины..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 3. Содержание дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
 4. Образовательные технологии **Ошибка! Закладка не определена.**
 5. Оценка планируемых результатов обучения..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 5.1 Система оценивания **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине **Ошибка! Закладка не определена.**
 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.1 Список источников и литературы **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы **Ошибка! Закладка не определена.**
 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины 18
 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов **Ошибка! Закладка не определена.**
 9. Методические материалы..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 9.3 Иные материалы..... **Ошибка! Закладка не определена.**
- Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**

1. Пояснительная записка

Цель дисциплины «Анализ профессиональной литературы на иностранном языке» - приобретение студентами знаний о проблемах современной международной коммуникативной индустрии, связанных с функционированием предприятий коммуникатологии в эпоху глобализации и цифровизации. Дисциплина призвана заложить основы профессиональной коммуникации у студента для успешного осуществления профессиональной деятельности на английском языке.

Задачи дисциплины:

- выявить основные проблемы современной индустрии коммуникатологии, которые поднимаются в англоязычной литературе;
- дать представление о требованиях, предъявляемых к современному специалисту коммуникативной индустрии, осуществляющему свою деятельность в англоязычных странах;
- изучить теоретические основы и традиции перевода западной литературы на русский язык;
- освоить формы и методы работы с англоязычными текстами;
- научить успешным приемам логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах на английском языке;
- выявить основные проблемы и тенденции современного процесса глобализации и его влияния на индустрию коммуникатологии;
- выявить основные проблемы и тенденции современного процесса глобализации и его влияния на индустрию коммуникатологии;
- освоить формы и методы работы с информационными материалами, содержащими информацию о перспективах развития коммуникативной индустрии;

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;	Знать: основные технологии создания востребованных в индустрии коммуникатологии медиатекстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов. Уметь: осуществлять под контролем руководителя организации подготовку текстов публичных выступлений в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом

		<p>практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов; осуществлять публичные выступления с целью презентации и продвижения продукта коммуникативной индустрии.</p> <p>Владеть:</p> <p>первичными навыками создания востребованных обществом и индустрией текстов публичных выступлений в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов и успешного их применения.</p>
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.1 Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия;</p>	<p>Знать:</p> <p>современные тенденции использования норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов);и; создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; основные технологии создания востребованных в индустрии коммуникатологии медиатекстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов.</p> <p>Уметь:</p> <p>Использовать языковые средства русского и иностранного языков для построения деловой профессиональной коммуникации внутри и вне корпорации; построить грамотную стратегию ведения переговоров во время создания и продвижения продукта</p>

		<p>коммуникативной индустрии; применять языковые средства русского и иностранного языков в вербальном и невербальном вариантах для организации документационного и иного сопровождения процессов создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии.</p> <p>Владеть:</p> <p>Навыками применения норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов);; навыками ведения деловой переписки на русском и иностранном языках; способностью составлять грамматически грамотные тексты в процессе создания и продвижения сервисного продукта.</p> <p>первичными навыками создания востребованных обществом и индустрией текстов публичных выступлений в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов и успешного их применения.</p>
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.2 Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык</p>	<p>Знать:</p> <p>современные тенденции использования и развития языковых средств коммуникации для эффективного осуществления профессиональной деятельности; методы использования языковых средств для построения грамотной внутри- и внешнекорпоративной коммуникации; создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; влияние невербальных средств</p>

	(-и);	<p>взаимодействия на внутри- и внешнекорпоративные отношения во время осуществления профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>Использовать языковые средства русского и иностранного языков для построения деловой профессиональной коммуникации внутри и вне корпорации; построить грамотную стратегию ведения переговоров во время создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; применять языковые средства русского и иностранного языков в вербальном и невербальном вариантах для организации документационного и иного сопровождения процессов создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии.</p> <p>Владеть:</p> <p>Навыками ведения переговоров на русском и иностранном языках; навыками ведения деловой переписки на русском и иностранном языках; способностью составлять грамматически грамотные тексты в процессе создания и продвижения сервисного продукта.</p>
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.3 Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и</p>	<p>Знать:</p> <p>современные информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках, а также основные технологии</p>

	иностранным (-ых) языках.	<p>создания востребованных в индустрии коммуникатологии медиатекстов и медиапродуктов.</p> <p>Уметь:</p> <p>Использовать современные информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках, а также основные технологии создания востребованных в индустрии коммуникатологии медиатекстов и медиапродуктов.</p> <p>Владеть:</p> <p>первичными навыками поиска необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках.</p>
--	---------------------------	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Анализ профессиональной литературы на иностранном языке» является элективной дисциплиной и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Современные коммуникации и реклама».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
6	Лекции	20

6	Семинары	22
	Всего:	42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
	Лекции	8
	Семинары/лабораторные работы	16
	Всего:	24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа(ов).

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
	Лекции	12
	Семинары/лабораторные работы	
	Всего:	12

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Тема 1. Проблемы современной коммуникативной индустрии. Введение в современную англоязычную литературу индустрии коммуникатологии.	Ознакомление студентов с терминами «научная литература». «Профессиональная литература». Этапы работы с профессиональной литературой. Современный сервис. Терминология индустрии коммуникатологии на английском языке. Проблемы профессиональных коммуникаций на английском языке. Профессиональная литература как форма и способ коммуникации специалистов индустрии коммуникатологии.
2	Тема 2. Построение имиджа и репутации специалиста сферы коммуникатологии. Визуальный компонент	Современный имидж. Имидж персональный и имидж профессиональный. Компоненты имиджа в индустрии коммуникатологии. Философско-этические основы поддержания имиджа в XXI в. Поведение специалистов индустрии коммуникатологии в социальных сетях. Роль компаний и корпораций индустрии коммуникатологии в

	продвижения сервисного продукта.	создании и поддержания имиджа специалиста и/или сервисного продукта.
3	Тема 3. Транснациональные процессы: место и значение коммуникативной индустрии современной глобализации. Трансформация коммуникативной индустрии России и зарубежных стран под влиянием новейших Интернет-технологий.	Цифровой этикет интернет-коммуникаций. Язык современных цифровых коммуникаций. Англоязычная интернет-сфера. Медиаплатформы и этикет поведения на различных медиаплатформах. Глобализация индустрии коммуникатологии. Вызовы индустрии в XXI в. Проблемы трансформации российской коммуникативной индустрии в условиях глобализации. Использование интернет-технологий российскими и зарубежными предприятиями индустрии коммуникатологии.
4	Тема 4. Современные коммуникационные стратегии и технологии: презентация сервисного продукта на международной арене. Этические и профессиональные стандарты презентации.	Коммуникационные стратегии: определение, типы, стили. Коммуникационные стратегии коммуникативной индустрии. Презентация и ее методы. Самопрезентация. Этические и профессиональные стандарты презентации и самопрезентации. Построение корректных фраз на английском языке. Проблема сохранения смысла и эмоциональной напряженности во время перевода. Определение и примеры эмоциональной напряженности речи. Тональность фраз на английском языке. Сервисная деятельность и проблема ограниченности доступного языка в современных профессиональных коммуникациях.
5	Тема 5. Глобализм и изоляционизм: проблемы поляризации современного дискурса. Индустрия коммуникатологии как поле репрезентации изменения общественных интересов и запросов.	Глобализм коммуникативной индустрии. Изоляционизм коммуникативной индустрии. Сервис и индустрия коммуникатологии как показатель социальных, экономических, культурных потребностей общества. Запросы общества и сервисная индустрия. Межкультурный диалог в коммуникативной индустрии. Межкультурное взаимодействие в коммуникативной индустрии. Чтение культурного контекста участников профессиональных отношений. Участие и методология использования коммуникационных средств на английском языке для решения межкультурных конфликтов профессиональной сферы.
6	Тема 6. Кризис-менеджмент в современных коммуникациях сферы коммуникатологии.	Кейсы международной коммуникативной индустрии: Dollskill, JSC, Fyre Festival; Hilton, Swan Hotel (UK). Построение корректных фраз на английском языке. Элементы профессиональных конфликтов: причины, контекст, варианты решения. Методы использования языковых средств в преодолении конфликтов и в кризис-менеджменте.
7	Тема 7. Проблема обеспечения информационной безопасности клиента в современной	Информационная безопасность в индустрии коммуникатологии. Информационная безопасность предприятия коммуникативной индустрии. Информационная безопасность клиента. Вызовы информационной безопасности современной

	коммуникативной индустрии. Менеджмент услуг и впечатлений в коммуникативной индустрии.	коммуникативной индустрии. Менеджмент ожиданий и впечатлений в коммуникативной индустрии. Методы продолжительного совершенствования безопасности клиента и предприятия в цифровой среде. Онлайн-платформы и их особенности их использования.
8	Тема 8. Взаимоотношения между логистикой коммуникативной индустрии и успехами бизнеса. Улучшение операционной стороны сервисного продукта.	Концепция информационной логистики в коммуникативной индустрии. Концепции продуктовой логистики, самообразования и самосовершенствования в коммуникативной индустрии. Ресурсы для специалистов коммуникативной индустрии на английском языке.
9	Тема 9. Использование коммуникационной стратегии в качестве инструмента клиентской поддержки в цифровой среде. Опасность цифровой экономики и цифровых финансов в XXI в.	Традиционная и современная клиентская поддержка в индустрии коммуникатологии. Коммуникационная стратегия клиентской поддержки. Цифровые финансы и их влияние на современную сервисную индустрию. Особенности письменной коммуникации на английском языке. Отличия онлайн-коммуникаций на русском и английском языках. Различия российской и зарубежной цифровой финансовой экономики. Организация клиентской поддержки на иностранном языке.
10	Тема 10. Анализ традиционного и нового подходов к презентации сервисного продукта. Эмоциональная напряженность текста. Особенности презентации материалов на иностранном языке.	Вербальная и невербальная коммуникация. Проблема трансляции вербальной тональности в письменном тексте. Передача эмоциональной напряженности в письменной форме. Передача эмоциональной напряженности в онлайн-коммуникациях. Самоцензура. Самоцензура в онлайн-коммуникациях в современной англоязычной сфере. Культурные различия российской и зарубежной онлайн-коммуникации. Критерии презентации материалов на русском и английском языках. Роль экономического фактора в презентации материалов коммуникативной индустрии.
11	Тема 11. Проблема верификации информации при продвижении сервисного продукта. Проблема хранения и использования клиентских данных в современной цифровой экономике.	Верификация. Метод научной верификации. Верификация онлайн-информации и ее отличие от научной верификации. Проблема компаний Amazon, Facebook, TikTok, V Kontakte. Данные пользователя. Сервисная индустрия и международные мегакорпорации. Российская модель обслуживания в цифровой экономике. Американская модель обслуживания в цифровой экономике. Проблема хранения данных в предприятиях коммуникатологии. Менеджмент клиентских и корпоративных данных.
12	Тема 12. Система пресс-релизов и медиакommunikаций в социальных сетях как инструмент привлечения внимания к новым сервисным продуктам. Проблемы	Пресс-релиз, брифинг, презентация: определения, критерии, различия. Этикет публичных коммуникаций: традиционные и современные. Этикет публичных коммуникаций на современных медиаплатформах. Медиаперсоны и стили их коммуникаций. Влияние личности на стиль коммуникаций. Использование стилей коммуникаций в коммуникативной индустрии. Социальные сети как инструмент развития публичного

	современных медиаплатформ.	взаимодействия специалистов коммуникативной индустрии с потенциальными потребителями.
13	Тема 13. Социальные сети: стратегия успеха или стратегия проигрыша? Позиционирование взглядов и использование техники логических ошибок для закрепления позиций и взглядов в общественном сознании.	Социальные сети и их участие в современной экономике. Трансформация традиционных предприятий под влиянием социальных сетей. Зависимость предприятий коммуникативной индустрии от интернета и грамотности коммуникационной стратегии онлайн-поведения. Предпочтения российских и зарубежных потребителей сервисного продукта. Использование аудио- и видеоматериалов для построения коммуникационной стратегии на современных медиаплатформах. Логические ошибки и манипуляция сознания в социальных сетях. Психология поведения посетителей социальных сетей. Опасность общественного сознания и общественных волнений в сети Интернет для предприятий коммуникатологии.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- <i>опрос</i>	5 баллов	30 баллов
- <i>участие в дискуссии на семинаре</i>	5 баллов	10 баллов
- <i>контрольная работа (темы 1-3)</i>	10 баллов	10 баллов
- <i>контрольная работа (темы 4-5)</i>	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – <i>зачет/зачет с оценкой/экзамен (указать форму¹)</i>		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	А
83 – 94			В

¹ Может проводиться как в традиционной, так и в инновационной форме (защита проектов, деловая игра, кейсы и т.д.)

68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине²

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации

1. Что такое «научная литература»? Что такое «профессиональная литература»? Чем они отличаются друг от друга? (УК-4.1)
2. Из каких этапов состоит работа с профессиональной литературой на иностранном языке? (УК-4.3)
3. Этические требования к поведению специалистов коммуникативной индустрии. (ПК-1.1)
4. Профессиональная литература как форма и способ коммуникации специалистов индустрии коммуникатологии. (УК-4.1)
5. Классификация профессиональной литературы. (УК-4.1)

² Приводятся примеры оценочных средств в соответствии со структурой дисциплины и системой контроля: варианты тестов, тематика письменных работ, примеры экзаменационных билетов, типовые задачи, кейсы и т.п. Оценочными средствами должны быть обеспечены все формы текущего контроля и промежуточной аттестации. Они должны быть ориентированы не только на проверку сформированности знаний, но также умений и владений.

6. Практика взаимодействия специалистов сферы коммуникатологии с представителями различных социокультурных и социоэкономических систем. (ПК-1.1)
7. Общение и коммуникация – сходство и отличия в профессиональной среде. (УК-4.2)
8. Национальные стили ведения деловых переговоров. Специфика переговоров в сфере коммуникатологии. (УК-4.3)
9. Коммуникационные стратегии и их типология. (УК-4.1)
10. Медиаплатформы: особенности использования и механизмы продвижения сервисного продукта. (ПК-1.1)
11. Роль социальных сетей в выявлении интересов потребителей сервисных продуктов. (УК-4.3)
12. Психология ожиданий потребителя коммуникативной индустрии. (УК-4.2)
13. Психологические приемы внутри- и внешнекорпоративной коммуникации в текстах на иностранном языке. (ПК-1.1)
14. Профессиональные тексты на иностранном языке в коммуникативной индустрии. (ПК-1.1)
15. Стили персональной и профессиональной коммуникации. Подбор стиля коммуникации для специалиста сферы коммуникатологии. (УК-4.3)
16. Анализ текста на иностранном языке: процесс и факторы оценивания. (ПК-1.1)
17. Мифы и модели профессиональных коммуникаций на иностранном языке. (УК-4.1)
18. Манипуляции в текстах профессиональных коммуникаций на иностранном языке. (ПК-1.1)
19. Вербальные и невербальные компоненты профессиональной коммуникации на иностранном языке. (УК-4.3)
20. Признаки и значение успешной коммуникации на иностранном языке. (УК-4.1)
21. Преодоление культурных барьеров в профессиональной деятельности. (УК-4.2)

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОГО ТВОРЧЕСКОГО АНАЛИТИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

1. Особенности коммуникационной стратегии независимых брендов, малого и среднего бизнеса в социальных сетях.
2. Поведение потребителя во время коммуникации с бизнесом в социальных сетях.
3. Позитивная и негативная публичность бренда в XXI в.
4. Социальные: платформы продвижения продукта?
5. Копирайтинг на английском языке – основные принципы.
6. Профессиональная литература по коммуникациям – основные тренды.
7. Использование информационных фильтров при работе с научными текстами.
8. Современные приемы эффективной текстовой коммуникации и ее влияние на индустрию коммуникатологии в XXI в.

ПРИМЕРЫ ТВОРЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

1. Организация пресс-мероприятия на иностранном языке.
Студенты делятся на группы. Каждая группа готовит пресс-релиз с презентацией избранного сервисного продукта. По очереди студенты проводят презентацию сервисного

продукта; студенты, не входящие в презентующую группу, задают вопросы и выступают в качестве аудитории пресс-мероприятия.

2. Организация брифинга на иностранном языке.

Студенты готовят индивидуальные проекты по продвижению или презентации сервисного продукта. Во время занятия по очереди студенты презентуют свой сервисный продукт, используя смысловые блоки для донесения и убеждения слушателей в необходимости дальнейшего продвижения продукта на иностранном языке.

3. Организация ток-шоу/участие в подкасте на иностранном языке.

Студенты делятся на группы и записывают ток-шоу или подкаст на одну из выбранных тем (проблема трудоустройства в коммуникативной индустрии, проблемы найма новых сотрудников в существующих предприятиях коммуникатологии, социальные сети и сотрудники коммуникативной индустрии и т.д.). Во время занятия студенты знакомятся с результатом деятельности соперничающих групп и голосуют за тех, кто, по их мнению, справился лучше и/или хуже остальных.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

6.1. Список источников и литературы.

Литература

Основная

Казачихина, И. А. English for students of public relations and advertising: rendering/Казачихина И.А., Шевченко О.Г. - Новосибирск : НГТУ, 2014. - 116 с.: ISBN 978-5-7782-2389-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/546215>

Бовтенко, М. А. Press Office. English for PR. Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью"/Бовтенко М.А. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 200 с.: ISBN 978-5-7782-2374-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/546342>

Mass Media Convergence Through the Eyes of Russian Journalists [Электронный ресурс] / Под общей редакцией: E. Vartanova // World of Media 2011. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. - М.: Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 2011. - pp. 96-113. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/506080>

Kibanov, A. IA. Conflict management in an organisation [Электронный ресурс] / A. IA. Kibanov // Science and Education [Text] : materials of the V international research and practice conference, Vol. I, Munich, February 21- 28, 2014 / publishing office Vela Verlag Waldkraiburg - Munich - Germany, 2014. - P. 101-106. - ISBN 978-3941352-86-5 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/478267>

Academic English: Theoretical and Practical Issues : учеб. пособие / сост. Т.Ю. Мкртчян, М.Г. Науменко ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. - 165 с. - ISBN 978-5-9275-2853-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039713>

Academic English: Theoretical and Practical Issues : учеб. пособие / сост. Т.Ю. Мкртчян, М.Г. Науменко ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. - 165 с. - ISBN 978-5-9275-2853-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039713>

Яшина, Т. А. English for Business Communication. Английский язык для делового общения: Учебное пособие / Т.А. Яшина, Д.Н. Жаткин - Москва : Флинта: МПСИ, 2009. - 112 с. (English). ISBN 978-5-9765-0335-9, 1000 экз. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/212214>

Данчевская, О. Е. English for Cross-Cultural and Professional Communication. Английский язык для межкультурного и профессионального общения [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О.Е. Данчевская, А.В. Малёв. – 2-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА : Наука, 2013. – 192 с. - ISBN 978-5-9765-1284-9 (ФЛИНТА), ISBN 978-5-02-037820-7 (Наука). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/454058>

Куприна, О. Г. English for managers (курс английского языка для магистрантов): Учебное пособие для вузов / Куприна О.Г. - Москва : Гор. линия-Телеком, 2015. - 138 с. ISBN 978-5-9912-0476-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/500661>

Гиренок, Г.А. English for professional communication : учебно-методическое пособие / Г.А. Гиренок. - Самара: Самарский юридический институт ФСИН России, 2018. - 60 с. - ISBN 978-5-91612-243-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1057513>

Казачихина, И. А. English for students of public relations and advertising: rendering/КазачихинаИ.А., ШевченкоО.Г. - Новосибирск : НГТУ, 2014. - 116 с.: ISBN 978-5-7782-2389-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/546215>

Кушникова, Г. К. English. Free Conversation: Учебное пособие / Г.К. Кушникова. - Москва : Флинта: Наука, 2009. - 40 с. (e-book)ISBN 978-5-9765-0651-0, 1000 экз. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/320742>

Бовтенко, М. А. Press Office. English for PR. Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью"/БовтенкоМ.А. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 200 с.: ISBN 978-5-7782-2374-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/546342>

Mass Media Convergence Through the Eyes of Russian Journalists [Электронный ресурс] / Под общей редакцией: E. Vartanova // World of Media 2011. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. - М.: Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 2011. - pp. 96-113. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/506080>

Kibanov, A. IA. Conflict management in an organisation [Электронный ресурс] / A. IA. Kibanov // Science and Education [Text] : materials of the V international research and practice conference, Vol. I, Munich, February 21- 28, 2014 / publishing office Vela Verlag Waldkraiburg - Munich - Germany, 2014. - P. 101-106. - ISBN 978-3941352-86-5 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/478267>

Дополнительная

Гуревич, В. В. English stilistics. Стилистика английского языка: Учебное пособие / Гуревич В.В., - 8-е изд., стер. - Москва :Флинта, 2017. - 68 с.: ISBN 978-5-89349-814-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/465610>

Гацкевич, М.А. Learn English by Discussion : практикум по разговорному английскому / М. А. Гацкевич, Д. Уильямс. — Санкт-Петербург : КАРО, 2016. - 192 с. - ISBN 978-5-9925-1131-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1047387>

Стилистика английского языка = English Stylistics: Учебное пособие / Крохалева Л.С., Бурлак Т.Ф., Чистая С.Ф. - Минск :РИПО, 2017. - 122 с.: ISBN 978-985-503-690-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/977873>

Ерофеева, Л. А. Modern English in Conversation [Электронный ресурс] : Уч. пособ. по современному разговорному английскому языку / Л. А. Ерофеева. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Флинта, 2011. - 340 с. - ISBN 978-5-9765-1199-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/406099>

Процесс конвергенции СМИ и журналистское образование [Электронный ресурс] = Convergence process in the media and journalism education : статья / Е.А.Баранова // Медиаскоп. Вып. 1. 2010 г. - 6 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/506071>

Павлова, Л. Г. Актуальные проблемы культуры деловой коммуникации: Статья / Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. - Москва :ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 11 с.: - ISBN (ИЦ РИОР) ; ISBN (НИЦ ИНФРА-М). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/561316>

Массовая коммуникация в современном мире [Вестник Российской академии наук, Том 81, № 11, 2011, стр. -] - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/417017>

Сеть как социальная структура : модель сетевой коммуникации в теории М. Кастельса [Вестник Удмуртского университета. Серия 3. Философия. Социология. Психология. Педагогика, Вып. 1, 2008, стр. -] - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/514974>

Павлова, Л. Г. Актуальные проблемы культуры деловой коммуникации: Статья / Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. - Москва :ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 11 с.: - ISBN (ИЦ РИОР) ; ISBN (НИЦ ИНФРА-М). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/561316>

Павлова, Л. Г. Нравственные установки и эстетические нормы как факторы эффективности делового общения:Статья / Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. - Москва :ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 16 с.: - ISBN (ИЦ РИОР) ; ISBN (НИЦ ИНФРА-М). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/561320>

6.2.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

6.3.Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.ruh.ru/ru/bases>
 Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

6. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

7. Методические материалы³

Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема №1. Проблемы современной коммуникативной индустрии. Введение в современную англоязычную литературу индустрии коммуникатологии.

Вопросы для обсуждения:

1. Современный сервис.
2. Терминология индустрии коммуникатологии на английском языке.
3. Проблемы профессиональных коммуникаций на английском языке.

Тема №2. Построение имиджа и репутации специалиста сферы коммуникатологии. Визуальный компонент продвижения сервисного продукта.

Вопросы для обсуждения:

1. Современный имидж и имеджеология. Компоненты имиджа в индустрии коммуникатологии.
2. Философско-этические основы поддержания имиджа. Greenwashing. Whitewashing.
3. Роль компаний и корпораций индустрии коммуникатологии в создании визуального компонента сервисного продукта.

Тема №3. Транснациональные процессы: место и значение коммуникативной индустрии в современной глобализации. Трансформация коммуникативной индустрии России и зарубежных стран под влиянием новейших Интернет-технологий.

Вопросы для обсуждения:

1. Цифровой этикет интернет-коммуникаций.
2. Медиаплатформы и стандарты профессиональной коммуникации на них.
3. Глобализация. Вызовы индустрии в XXI в.

Тема №4. Современные коммуникационные стратегии и технологии: презентация сервисного продукта на международной арене. Этические и профессиональные стандарты презентации.

Вопросы для обсуждения:

1. Построение корректных фраз на английском языке. Практикум по переводу с русского языка на английский и с английского на русский с соблюдением смысла.
2. Эмоциональная напряженность речи и ее трансляция на английском языке. Тональность фраз на английском языке.
3. Сервисная деятельность и ограниченность доступного языка в современных коммуникациях.

Тема №5. Глобализм и изоляционизм: проблемы поляризации современного дискурса. Индустрия коммуникатологии как поле репрезентации изменения общественных интересов и запросов.

Вопросы для обсуждения:

1. Организация позитивного межкультурного диалога на английском языке. Терминология диалога на английском языке.

³ Методические материалы по дисциплине могут входить в состав рабочей программы, либо разрабатываться отдельным документом.

2. Особенности использования языковых средств английского языка в построении позитивного межкультурного диалога.
3. Чтение культурного контекста участников отношений и диалога.
4. Участие и методология использования коммуникационных средств на английском языке для решения конфликта.

Тема №6. Кризис-менеджмент в современных коммуникациях сферы коммуникатологии.

Вопросы для обсуждения:

1. Англоязычные кейсы межкультурной коммуникации и их изучение.
2. Построение корректных фраз на английском языке. Практикум по переводу с русского языка на английский и с английского на русский с соблюдением смысла
3. Элементы конфликта: причины, контекст, варианты решения. Методы использования языковых средств в преодолении конфликтов.

Тема №7. Проблема обеспечения информационной безопасности клиента в современной коммуникативной индустрии. Менеджмент услуг и впечатлений в коммуникативной индустрии.

Вопросы для обсуждения:

1. Онлайн-платформы и их особенности для коммуникаций коммуникативной индустрии.
2. Информационная безопасность и ее применение в коммуникативной индустрии. Опасность для клиентов и для поставщиков услуг в информационной среде.
3. Методы продолжительного совершенствования безопасности клиента в цифровой среде.

Тема №8. Взаимоотношения между логистикой коммуникативной индустрии и успехами бизнеса. Улучшение операционной стороны сервисного продукта.

Вопросы для обсуждения:

1. Концепция информационной и продуктовой логистики в коммуникативной индустрии.
2. Концепция самообразования и самосовершенствования в коммуникативной индустрии.
3. Ресурсы для специалистов коммуникативной индустрии на английском языке.

Тема №9. Использование коммуникационной стратегии в качестве инструмента клиентской поддержки в цифровой среде. Опасность цифровой экономики и цифровых финансов в XXI в.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности письменной коммуникации на английском языке.
2. Отличия онлайн-коммуникаций на русском и английском языках.
3. Различия между традиционными письменными коммуникациями и современными онлайн-коммуникациями

Тема №10. Анализ традиционного и нового подходов к презентации сервисного продукта. Эмоциональная напряженность текста. Особенности презентации материалов на иностранном языке.

Вопросы для обсуждения:

1. Передача эмоциональной напряженности в онлайн-коммуникациях.
2. Методы самоцензуры в современной англоязычной сфере.
3. Критерии презентации материалов на иностранном языке.

4. Роль экономического фактора в презентации материалов коммуникативной индустрии.

Тема №11. Проблема верификации информации при продвижении сервисного продукта. Проблема хранения и использования клиентских данных в современной цифровой экономике.

Вопросы для обсуждения:

1. Концепция верификации информации в потребительской среде.
2. Проблема современной цифровой экономики на примере компании «Amazon».
3. Российско-американская модель обслуживания в цифровой экономике.

Тема №12. Система пресс-релизов и медиакоммуникаций в социальных сетях как инструмент привлечения внимания к новым сервисным продуктам. Проблемы современных медиаплатформ.

Вопросы для обсуждения:

1. Этикет публичных коммуникаций на современных медиаплатформах.
2. Медиаперсоны и стили их коммуникаций. Использование стилей медиакоммуникаций в коммуникативной индустрии.
3. Социальные сети как инструмент развития публичного взаимодействия коммуникативной индустрии с потенциальными потребителями.

Тема №13. Социальные сети: стратегия успеха или стратегия проигрыша? Позиционирование взглядов и использование техники логических ошибок для закрепления позиций и взглядов в общественном сознании.

Вопросы для обсуждения:

1. Зависимость индустрии коммуникатологии от грамотности коммуникационной стратегии. Предпочтения российских и зарубежных потребителей сервисного продукта.
2. Использование аудио- и видеоматериалов для построения коммуникационных стратегий.
3. Логические ошибки и манипуляция сознания в социальных сетях.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Письменные работы по курсу (контрольная работа, доклад) должны быть выполнены на листах белой бумаги формата А4. Поля - сверху, снизу и справа 2,5 см; слева - 3 см. Шрифт рекомендуется использовать стандартный (гарнитура Times New Roman), кегль 12, интервал одинарный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц проставляются внизу посередине, за исключением первого титульного листа. Сноски оформляются с помощью предусмотренной программой Word функции «Сноски внизу страницы». Каждый раздел работы предлагается начинать с новой страницы. Названия разделов выделяются жирным шрифтом и выравниваются по центру. Ссылки на источники оформляются в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5 – 2008.

В ходе выставления оценок учитываются:

При оценке доклада используются следующие критерии:

1. Новизна реферированного текста: – актуальность проблемы и темы; – новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;
2. Степень раскрытия сущности проблемы: – соответствие плана теме доклада; – соответствие содержания теме и плану доклада;

- полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом;
- умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
- умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.

3. Обоснованность выбора источников:

- круг, полнота использования литературных источников по проблеме;
- привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).

4. Соблюдение требований к оформлению:

- правильное оформление ссылок на используемую литературу;
- грамотность и культура изложения;
- владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;
- соблюдение требований к объему доклада;
- культура оформления: выделение абзацев.

5. Грамотность:

- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;
- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;
- литературный стиль.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины - приобретение студентами знаний о проблемах современной международной коммуникативной индустрии, связанных с функционированием предприятий коммуникатологии в эпоху глобализации и цифровизации. Дисциплина призвана заложить основы профессиональной коммуникации у студента для успешного осуществления профессиональной деятельности на английском языке.

Задачи дисциплины:

- выявить основные проблемы современной индустрии коммуникатологии, которые поднимаются в англоязычной литературе;
- дать представление о требованиях, предъявляемых к современному специалисту коммуникативной индустрии, осуществляющему свою деятельность в англоязычных странах;
- изучить теоретические основы и традиции перевода западной литературы на русский язык;
- освоить формы и методы работы с англоязычными текстами;
- научить успешным приемам логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах на английском языке;
- выявить основные проблемы и тенденции современного процесса глобализации и его влияния на индустрию коммуникатологии;
- выявить основные проблемы и тенденции современного процесса глобализации и его влияния на индустрию коммуникатологии;
- освоить формы и методы работы с информационными материалами, содержащими информацию о перспективах развития коммуникативной индустрии;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

современные тенденции использования и развития лингвистических средств коммуникации для эффективного осуществления профессиональной деятельности; методы использования лингвистических средств для построения грамотной внутри- и внешнекорпоративной коммуникации; создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; влияние невербальных средств взаимодействия на внутри- и внешнекорпоративные отношения во время осуществления профессиональной деятельности.

основные технологии создания востребованных в индустрии коммуникатологии медиатекстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов.

Уметь:

Использовать языковые средства русского и иностранного языков для построения деловой профессиональной коммуникации внутри и вне корпорации; построить грамотную стратегию ведения переговоров во время создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии; применять языковые средства русского и иностранного языков в вербальном и невербальном вариантах для организации документационного и иного сопровождения процессов создания и продвижения продукта коммуникативной индустрии.

осуществлять под контролем руководителя организации подготовку текстов публичных выступлений в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с

учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов; осуществлять публичные выступления с целью презентации и продвижения продукта коммуникативной индустрии.

Владеть:

Навыками ведения переговоров на русском и иностранном языках; навыками ведения деловой переписки на русском и иностранном языках; способностью составлять грамматически грамотные тексты в процессе создания и продвижения сервисного продукта.

первичными навыками создания востребованных обществом и индустрией текстов публичных выступлений в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов и успешного их применения.