

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)**

**Департамент английского языка и профессиональной коммуникации**

**Мельничук М.В.  
Кондрахина Н.Г.  
Савченко Н.В.**

**Иностранный язык в профессиональной сфере**

**Рабочая программа дисциплины**  
для студентов, обучающихся по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,  
ОП «Реклама и связи с общественностью»,  
профили: «Медиаинновации», «Интегрированные коммуникации»,  
ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе /Public Relations in  
Politics and Business», профиль: «Связи с общественностью в политике и биз-  
несе/ Public Relations in Politics and Business»

**Москва 2023**

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**  
(Финансовый университет)

**Департамент английского языка и профессиональной коммуникации**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной  
и методической работе

\_\_\_\_\_ Е.А. Каменева

«28» декабря 2023 г.

**Мельничук М.В.  
Кондрахина Н.Г.  
Савченко Н.В.**

**Иностранный язык в профессиональной сфере**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,  
ОП «Реклама и связи с общественностью»,  
профили: «Медиаинновации», «Интегрированные коммуникации»,  
ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе /Public Relations in  
Politics and Business», профиль: «Связи с общественностью в политике и биз-  
несе/ Public Relations in Politics and Business»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета налогов, аудита  
и бизнес-анализа  
(протокол № 36 от 20 декабря 2023 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научного Департамента английского языка  
и профессиональной коммуникации  
(протокол № 36 от 29 ноября 2023 г.)*

**Москва 2023**

## Содержание

|     |                                                                                                                                                                                                       |           |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1.  | Наименование дисциплины                                                                                                                                                                               | <b>4</b>  |
| 2.  | Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине                     | <b>4</b>  |
| 3.  | Место дисциплины в структуре образовательной программы                                                                                                                                                | <b>10</b> |
| 4.  | Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся                                                     | <b>10</b> |
| 5.  | Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием объемов (в академических часах) и видов учебных занятий                                                           | <b>11</b> |
| 6.  | Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине                                                                                                                  | <b>22</b> |
| 7.  | Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине                                                                                                                          | <b>45</b> |
| 8.  | Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины                                                                                                            | <b>64</b> |
| 9.  | Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины                                                                                             | <b>65</b> |
| 10. | Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины                                                                                                                                          | <b>67</b> |
| 11. | Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем | <b>89</b> |
| 12. | Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине                                                                                          | <b>90</b> |

### 1. Наименование дисциплины

**2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине**

| Код компетенции | Наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                                           | Индикаторы достижения компетенции                                                                                                                                | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПКН-1</b>    | Способность создавать коммуникационные продукты, востребованные обществом и коммуникационными индустриями, в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | 1. Создает коммуникационные продукты в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента.                                                                | <b>Знать:</b> нормы иностранного языка<br><br><b>Уметь:</b> оформлять медиатексты в письменной, аудиальной и визуальной форме как в разном формате                                                                                                                                                    |
|                 |                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами иностранного языка, особенностями иных знаковых систем.                             | <b>Знать:</b> структуру коммуникационных продуктов<br><br><b>Уметь:</b> вносить стилистические правки, в соответствии с нормами русского и иностранного языков                                                                                                                                        |
| <b>УК-3</b>     | Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности                                                                                                                         | 1. Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации. | <b>Знать:</b><br>- правила делового речевого этикета в профессионально-деловом общении;<br>- диалогические и монологические формы коммуникации и их особенности;<br><b>Уметь:</b><br>- адекватно использовать коммуникативные технологии в процессе академического и профессионального взаимодействия |
|                 |                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии.                  | <b>Знать:</b><br>- структурные и языковые модели для описания профессиональной и исследовательской деятельности в устной и письменной форме;                                                                                                                                                          |

|  |  |                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |                                                                                                       | <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правильно использовать терминологический аппарат в письменной и устной речи в процессе делового, профессионального и научного общения;</li> <li>- участвовать в диалогических формах (дискуссия и др.) общения в ситуациях профессионально-делового общения;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|  |  | <p>3. Использует приемы публичной речи и делового и профессионального курса на иностранном языке.</p> | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- профессиональную терминологию;</li> <li>- структуру презентации и профессиональных текстов на профессионально-деловую тему;</li> <li>- стандартные цели и задачи деловых переговоров; социокультурные особенности ведения деловых переговоров; коммуникативно-прагматические и жанровые особенности переговоров</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- делать сообщения о результатах исследования/переговоров;</li> <li>- кратко излагать содержание специальных статей;</li> <li>- вести научную/профессиональную дискуссию в соответствии с нормами научного этикета;</li> <li>- определять цели и задачи переговоров; использовать универсальные коммуникативные стратегии и приемы деловых переговоров; опреде-</li> </ul> |

|  |  |                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |                                                                                                                        | <p>лять и учитывать социокультурные и жанровые особенности переговоров.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|  |  | <p>4. Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.</p> | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику диалогической и монологической речи в сфере профессиональной коммуникации;</li> <li>- основные правила аргументированного и логичного построения высказываний для обсуждения проблем и тенденций в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пользоваться общепринятыми формами профессионально-делового общения и понимать их;</li> <li>- находить и извлекать информацию при чтении учебной, справочной, профессиональной литературы в соответствии с конкретной целью;</li> </ul> |
|  |  | <p>5. Грамотно и эффективно пользуется иноязычными источниками информации.</p>                                         | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику работы с информационными базами данных, сайтами научных журналов и международных профессиональных организаций;</li> <li>- особенности терминологического аппарата, стилового и грамматического оформления документов в процессе делового и профессионального общения;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбирать литературу по теме исследования, оформлять список, составить аннотацию и реферат по прочитанной литературе;</li> </ul>                                                                    |

|  |  |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |                                                                                                                      | <p>- представить свою точку зрения о прочитанной литературе,</p> <p>-принимать участие в обмене мнениями в письменной и устной форме.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|  |  | <p>6. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.</p> | <p><b>Знать;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– виды письменной документации в профессионально-деловой сфере;</li> <li>– особенности устной и письменной форм коммуникации; правила коммуникации, осуществляемой посредством современных информационно-коммуникативных технологий.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <p>-продуцировать виды академического и профессионального письма, такие как пресс-релиз, отчет и тд.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять деловые письма и документы, относящиеся к сфере профессиональной деятельности.</li> <li>– анализировать социально-психологические феномены личного и профессионального общения, применять знания правил коммуникации при осуществлении письмен-</li> </ul> |

|  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | <p>ных деловых контактов и проведении деловых переговоров на иностранном языке; демонстрировать адекватное речевое поведение, учитывая эффективные стратегии и тактики коммуникации на иностранном языке с использованием современных информационно-коммуникативных технологий.</p> |
|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» относится к обязательной части общепрофессионального цикла, по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью, ОП «Реклама и связи с общественностью», профили: «Интегрированные коммуникации», «Медиаинновации», ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе /Public Relations in Politics and Business», профиль: «Связи с общественностью в политике и бизнесе/ Public Relations in Politics and Business».

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 1

| Вид учебной работы по дисциплине | Всего<br>(в з/е и часах) | Семестр 5<br>(в часах) | Семестр 6<br>(в часах) |
|----------------------------------|--------------------------|------------------------|------------------------|
|                                  |                          |                        |                        |



|                                               |                    |                    |                    |
|-----------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>          | <b>5 з.е./180ч</b> | 72                 | 108                |
| <b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b> | 86                 | 34                 | 52                 |
| <i>Лекции</i>                                 | -                  | -                  | -                  |
| <i>Семинары, практические занятия</i>         | 86                 | 34                 | 52                 |
| <b>Самостоятельная работа</b>                 | 94                 | 38                 | 56                 |
| Вид текущего контроля                         | Контрольная работа | Контрольная работа | Контрольная работа |
| Вид промежуточной аттестации                  | Зачет/Экзамен      | Зачет              | Экзамен            |

5.

## 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объёмов (в академических часах) и видов учебных занятий

### 5.1. Содержание дисциплины

И вот общественное мнение!  
Пружина чести, наш кумир!  
И вот на чем вертится мир!  
А.С. Пушкин

### 5 семестр

Тема 1. Корпоративная культура: производительность труда и вознаграждения. Эффективные коммуникации и переговоры (работа с негативной обратной связью; анализ проектов; ведение итоговых встреч). / Corporate Culture: Performance and Rewards. Negotiation and Communication Skills (Managing Negative Feedback, Reviewing Reports, Leading and Participating in Review Meetings; Positive Comments and Constructive Criticism).

Тема 2. Кодекс профессионального поведения и этики PR. Концепция тройного критерия. Продвижение товара или услуги. Управление репутацией компании. Новые эффективные принципы PR: открытость и искренность. Эф-

фективные коммуникации и переговоры (озвучивание опасений/рисков и принятие мер по их устранению). Информационный бюллетень компании. / Ethical Code in PR. The Triple Bottom Line. Promoting a Product or Service. An Action Plan to Maintain Ethical Reputation. Core Principles of Effective PR: Transparency in Business. Negotiation and Communication Skills (Voicing and Responding to Concerns). Company Newsletter.

### **6 семестр**

Тема 3. Эффективное управление временем и процессами. Эффективные коммуникации и переговоры (ответы на электронную почту; решение проблем; общение с «трудными людьми» на работе). Объяснительная записка. Подготовка и участие в международных выставках. / Time Management. Negotiation and Communication Skills (Following up on Emails; Problem Solving; Dealing with Difficult People at Work). An Email Giving Reasons. Planning and Participating in a Trade Fair.

Тема 4. Управление изменениями. Адаптация бренда. Эффективные коммуникации и переговоры (метод мозгового штурма; обсуждение вариантов развития событий; способы управления слухов в организации). Информационное сообщение для прессы (пресс-релиз). Убеждение и аргументации в рекламе. Трансмедийный сторителлинг. алгоритмы создания нарративов. / Change Management. Adaptability in Branding. Negotiation and Communication Skills (Brainstorming. Discussing Future Options. Putting a Stop to Rumours). Press-release. Persuasion Techniques. Storytelling Techniques.

### **5.2. Учебно-тематический план**

Таблица 2

| Наименование тем (разделов) дисциплины | Трудоёмкость в часах |                                          |           | Формы текущего контроля успева- |
|----------------------------------------|----------------------|------------------------------------------|-----------|---------------------------------|
|                                        | Всего                | Контактная работа<br>- Аудиторная работа | Самостоя- |                                 |
|                                        | о                    | та                                       | тель-     |                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |    | Об-<br>щая,<br>в<br>т.ч.: | Лек<br>ции | Семи-<br>нарские<br>и/или<br>практи-<br>ческие<br>занятия | ная<br>рабо-<br>та | емости                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------------------------|------------|-----------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Корпоративная культу-<br>ра: производительность<br>труда и вознаграждения.<br>Эффективные коммуни-<br>кации и переговоры (ра-<br>бота с негативной обрат-<br>ной связью; анализ<br>проектов; ведение итого-<br>вых встреч).                                                                         | 36 | 17                        | -          | 17                                                        | 19                 | устный опрос; кол-<br>локвиумы и пред-<br>ставление ситуаци-<br>онного задания в<br>парах и мини-груп-<br>пах, например рабо-<br>та с негативной<br>обратной связью<br>клиента или сотруд-<br>ника (pair and mini-<br>group discussion);<br>работа со сложными<br>клиентами и эмоци-<br>онально напряжён-<br>ными ситуациями;<br>мозговой штурм;<br>разные виды и фор-<br>мы презентаций<br>(аудиозапись с ана-<br>литикой данных,<br>PowerPoint-презен-<br>тация, отчет по<br>проектам и о работе<br>сотрудников и тд);<br>анализ брендов и<br>кейсов; онлайн те-<br>сты и задания по<br>повтору граммати-<br>ки; отчет оценки<br>деятельности (Per-<br>formance Review<br>Summary). |
| 2. Кодекс профессио-<br>нального поведения и<br>этики PR. Концепция<br>тройного критерия. Про-<br>движение товара или<br>услуги. Управление ре-<br>путацией компании. Но-<br>вые эффективные прин-<br>ципы PR: открытость и<br>искренность. Эффектив-<br>ные коммуникации и<br>переговоры (озвучивание | 36 | 17                        | -          | 17                                                        | 19                 | устный опрос; кол-<br>локвиумы и пред-<br>ставление ситуаци-<br>онного задания в<br>парах и мини-груп-<br>пах (pair and mini-<br>group discussion);<br>мозговой штурм по<br>актуальным вопро-<br>сам этики в PR;<br>разные виды и фор-<br>мы презентаций (ви-                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                                                                                                                                                                                                       |           |           |          |           |           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| опасений/рисков и принятие мер по их устранению). Информационный бюллетень компании.                                                                                                                                                                  |           |           |          |           |           | деоролик, Power-Point-презентация, работа с новостями и новостными блогами и тд); анализ продукта и услуг; онлайн тесты и задания по повтору грамматики; информационный бюллетень компании (Company Newsletter).                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Итого за 5 семестр</b>                                                                                                                                                                                                                             | <b>72</b> | <b>34</b> | <b>-</b> | <b>34</b> | <b>38</b> | Согласно учебному плану: контрольная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 3. Эффективное управление временем и процессами. Эффективные коммуникации и переговоры (ответы на электронную почту; решение проблем; общение с «трудными людьми» на работе). Объяснительная записка. Подготовка и участие в международных выставках. | 54        | 26        | -        | 26        | 28        | устный опрос; представление ситуационного задания и/или ролевой игры в парах и мини-группах (pair and mini-group discussion, например, общение с «трудными людьми» на работе или участие в международной выставке; мозговой штурм по вопросам управления временем; разные виды и формы презентаций (видеоролик, аудиозапись-ответ; Power-Point-презентация, анализ проблемы и методов ее решения; онлайн тесты и задания по повтору грамматики; объяснительная записка (An Email Giving Reasons) |
| 4. Управление изменениями. Адаптация бренда. Эффективные коммуникации и переговоры (метод мозгового штурма; обсуждение вариантов                                                                                                                      | 54        | 26        | -        | 26        | 28        | устный опрос; представление ситуационного задания и/или ролевой игры в парах и мини-группах (pair and                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                                                                                                                                                                               |             |            |          |             |             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------|----------|-------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| развития событий; способы управления слухов в организации). Информационное сообщение для прессы (пресс-релиз). Убеждение и аргументации в рекламе. Трансмедийный сторителлинг. алгоритмы создания нарративов. |             |            |          |             |             | mini-group discussion, например, примеры убеждения и аргументации; анализ брендов и кейсов; мозговой штурм по вопросам управления изменениями и достижением цели; разные виды и формы презентаций (видеоролик, аудиозапись-ответ; PowerPoint-презентация, анализ проблемы и методов ее решения; онлайн тесты и задания по повтору грамматики; информационное сообщение для прессы (Press-release); методы убеждения, риторические и стилистические приемы в рекламе; техники сторителлинг. |
| <b>Итого за 6 семестр</b>                                                                                                                                                                                     | <b>108</b>  | <b>52</b>  | <b>-</b> | <b>52</b>   | <b>56</b>   | Согласно учебному плану: контрольная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| В целом по дисциплине                                                                                                                                                                                         | <b>180</b>  | <b>86</b>  | <b>-</b> | <b>86</b>   | <b>94</b>   | Согласно учебному плану: две контрольные работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Итого в %                                                                                                                                                                                                     | <b>100%</b> | <b>48%</b> |          | <b>100%</b> | <b>52 %</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

\*объем контактной работы в очно-заочной/заочной формах обучения и индивидуальных учебных планах определяется соответствующими учебными планами. Темы, реализуемые в виде контактной работы, определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня их сложности.

### 5.3. Содержание практических и семинарских занятий

Таблица 3

| Наименование тем (разделов) дисциплины | Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях, реко- | Формы проведения занятий |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------|

|                                                                                                                                                                                              | мендуемые источни-<br>ки из разделов 8,9<br>(указывается раздел<br>и порядковый номер<br>источника)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Корпоративная культура: производительность труда и вознаграждения. Эффективные коммуникации и переговоры (работа с негативной обратной связью; анализ проектов; ведение итоговых встреч). | <p>Корпоративная культура: бренд, имидж, репутация. Имидж и бренд. Эффективность труда и вознаграждения. Самопрезентация. Soft Skills: как давать эффективную обратную связь. Понятие, правила и приемы сторителлинга. Сторителлинг как нарративная практика. Технология создания текста истории успеха в формате «сторителлинг» с использованием мультимедийных инструментов (фото, видео, печатного текста, графики, анимации и пр). Организация трансмедиа повествования «истории успеха».</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> 8.1; 8.2; 9</p> | <p><b>Чтение:</b><br/><i>Понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации и детальное понимание текста:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- публицистические тексты по обозначенной тематике;</li> <li>- при необходимости адекватный перевод (устный и письменный) учебных текстов в рамках пройденной тематики;</li> </ul> <p><i>Осмысленное чтение:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимать суть любого текста;</li> <li>- критически мыслить;</li> <li>- быстро анализировать разные типы текстов;</li> <li>- отделять факты от оценочных суждений;</li> <li>- отличать правдивую информацию от домыслов;</li> <li>- уметь находить достоверную информацию в сети интернет;</li> <li>- поддерживать дискуссию, формулировать и отстаивать свою позицию в диалоге;</li> <li>- не отвлекаться от чтения в любой обстановке.</li> </ul> <p><b>Аудирование:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проверка общего понимания текста (утверждения: правильные, неправильные, неупомянутые);</li> <li>- проверка детального понимания (ответы на вопросы);</li> <li>- прослушать текст и вставить пропущенные слова в предложениях;</li> <li>- прослушать текст и найти русский\английский эквивалент слов в параллельном столбце.</li> </ul> <p><b>Говорение:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- монолог-доклад (о корпоративной культуре и эффективности труда);</li> <li>- диалог-обсуждение (о разнице мотивации);</li> <li>- монолог-презентация (о личном бренде);</li> <li>- круглый стол (о моделях поведения в организациях);</li> <li>- видеоролик (самопрезентация);</li> <li>- анализ и обсуждение кейса (по обозначенной проблематике).</li> </ul> <p><b>Письмо:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- запись основных мыслей и фактов из аудиотекстов и текстов для чтения по изучаемой теме.</li> </ul> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>2. Кодекс профессионального поведения и этики PR. Концепция тройного критерия. Продвижение товара или услуги. Управление репутацией компании. Новые эффективные принципы PR: открытость и искренность. Эффективные коммуникации и переговоры (озвучивание опасений/рисков и принятие мер по их устранению). Информационный бюллетень компании.</p> | <p>Виды профессиональной этики. Этика сферы предпринимательства. Корпоративность и корпоративная этика. Этическая и корпоративная социальная ответственность организации. Этический кодекс организации и его структура. Российский кодекс профессиональных и этических принципов поведения в сфере PR. Конфликты и пути их преодоления. Практика метода мозгового штурма как способа решения задач. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8.1; 8.2; 9</p> | <p><b>Чтение:</b><br/> <i>Понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации и детальное понимание текста:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- публицистические тексты по обозначенной тематике;</li> <li>- при необходимости адекватный перевод (устный и письменный) учебных текстов в рамках пройденной тематики;</li> </ul> <p><i>Осмысленное чтение:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимать суть любого текста;</li> <li>- критически мыслить;</li> <li>- быстро анализировать разные типы текстов;</li> <li>- отделять факты от оценочных суждений;</li> <li>- отличать правдивую информацию от домыслов;</li> <li>- уметь находить достоверную информацию в сети интернет;</li> <li>- поддерживать дискуссию, формулировать и отстаивать свою позицию в диалоге;</li> <li>- не отвлекаться от чтения в любой обстановке.</li> </ul> <p><b>Аудирование:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проверка общего понимания текста (утверждения: правильные, неправильные, неупомянутые);</li> <li>- проверка детального понимания (ответы на вопросы);</li> <li>- прослушать текст и вставить пропущенные слова в предложениях;</li> <li>- прослушать текст и найти русский\английский эквивалент слов в параллельном столбце.</li> </ul> <p><b>Говорение:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- монолог-доклад (о профессиональной этике PR-деятельности.);</li> <li>- диалог-обсуждение (о конфликтах);</li> <li>- круглый стол/коллоквиум (мозговой штурм: стратегии преодоления конфликтов);</li> <li>- анализ и обсуждение кейсов (по обозначенной проблематике).</li> </ul> <p><b>Письмо:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- запись основных мыслей и фактов из аудиотекстов и текстов для чтения по изучаемой тем;</li> <li>- информационный бюллетень компании.</li> </ul> |
| <p>3. Эффективное управление временем и процессами. Эффективные коммуника-</p>                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Тайм менеджмент. Принципы тайм-менеджмента. Баланс между работой и отдыхом: Work-life Balance, Work-life Blending,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p><b>Чтение:</b><br/> <i>Понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации и детальное понимание текста:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- публицистические тексты по обозначенной тематике;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ции и переговоры (ответы на электронную почту; решение проблем; общение с «трудными людьми» на работе). Объяснительная записка. Подготовка и участие в международных выставках.</p> | <p>Slow Movement. Эффективные коммуникации и переговоры (ответы на электронную почту; решение проблем (Техника PSDM); общение с «трудными людьми» на работе). Объяснительная записка. Подготовка и участие в международных выставках. Менеджмент делового общения в классической теории переговоров. Выбор индивидуальной стратегии делового общения. Коммуникация в команде. Ведение встреч и переговоров. Манипулятивные стратегии в деловых переговорах. Противостояние некорректным тактикам переговоров.</p> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> 8.1; 8.2; 9</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- при необходимости адекватный перевод (устный и письменный) учебных текстов в рамках пройденной тематики;</li> </ul> <p><b>Осмысленное чтение:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимать суть любого текста;</li> <li>- критически мыслить;</li> <li>- быстро анализировать разные типы текстов;</li> <li>- отделять факты от оценочных суждений;</li> <li>- отличать правдивую информацию от домыслов;</li> <li>- уметь находить достоверную информацию в сети интернет;</li> <li>- поддерживать дискуссию, формулировать и отстаивать свою позицию в диалоге;</li> <li>- не отвлекаться от чтения в любой обстановке.</li> </ul> <p><b>Аудирование:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проверка общего понимания текста (утверждения: правильные, неправильные, неупомянутые);</li> <li>- проверка детального понимания (ответы на вопросы);</li> <li>- прослушать текст и вставить пропущенные слова в предложениях;</li> <li>- прослушать текст и найти русский\английский эквивалент слов в параллельном столбце.</li> </ul> <p><b>Говорение:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- диалог-обсуждение (о коммуникациях в команде, тайм менеджменте);</li> <li>- мозговой штурм: выбор индивидуальной стратегии делового общения в разных ситуациях;</li> <li>- представление ситуационного задания в парах (практикум встреч и переговоров);</li> <li>- анализ и обсуждение кейсов (по обозначенной проблематике).</li> </ul> <p><b>Письмо:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- запись основных мыслей и фактов из аудиотекстов и текстов для чтения по изучаемой тем;</li> <li>- информационный бюллетень компании/ история со смыслом.</li> </ul> |
| <p>4. Управление изменениями. Адаптация бренда. Эффективные коммуникации и переговоры (метод мозгового штурма; об-</p>                                                                 | <p>Управление изменениями. Адаптация бренда. Принятие сложных решений. Модель «GROW» — методика достижения целей. Эффективные рекламные стратегии для бизнеса. Виды рекламных стратегий.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p><b>Чтение:</b></p> <p><i>Понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации и детальное понимание текста:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- публицистические тексты по обозначенной тематике;</li> <li>- при необходимости адекватный перевод (устный и письменный) учебных текстов в рамках пройденной тематики;</li> </ul> <p><b>Осмысленное чтение:</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |



|                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| суждение вариантов развития событий; способы управления слухов в организации). Информационное сообщение для прессы (пресс-релиз). Убеждение и аргументации в рекламе. Трансмедийный сторителлинг. алгоритмы создания нарративов. | Рекламные и пропагандистские кампании. Убеждение и аргументации в рекламе. Риторические и стилистические приемы в рекламе и текстах. Сторителлинг как драматургический формат. Цель сторителлинга – оказать влияние на аудиторию. Сторителлинг в социальных медиа. Прорывные технологии. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8.1; 8.2; 9 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимать суть любого текста;</li> <li>- критически мыслить;</li> <li>- быстро анализировать разные типы текстов;</li> <li>- отделять факты от оценочных суждений;</li> <li>- отличать правдивую информацию от домыслов;</li> <li>- уметь находить достоверную информацию в сети интернет;</li> <li>- поддерживать дискуссию, формулировать и отстаивать свою позицию в диалоге;</li> <li>- не отвлекаться от чтения в любой обстановке.</li> </ul> <p><b>Аудирование:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проверка общего понимания текста (утверждения: правильные, неправильные, неупомянутые);</li> <li>- проверка детального понимания (ответы на вопросы);</li> <li>- прослушать текст и вставить пропущенные слова в предложениях;</li> <li>- прослушать текст и найти русский\английский эквивалент слов в параллельном столбце.</li> </ul> <p><b>Говорение:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- диалог-обсуждение (об эффективных рекламных стратегиях для бизнеса);</li> <li>- круглый стол/коллоквиум (мозговой штурм: рекламные и пропагандистские кампании);</li> <li>- анализ и обсуждение кейсов (по обозначенной проблематике);</li> <li>- представление ситуационного задания в парах (практикум аргументации в рекламе и в тексте).</li> </ul> <p><b>Письмо:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- запись основных мыслей и фактов из аудиотекстов и текстов для чтения по изучаемой тем;</li> <li>- сторителлинг (продающая история).</li> </ul> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

| Наименование тем (разделов) дисциплины | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение | Формы внеаудиторной самостоятельной работы |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1. Корпоративная культура: производительность труда и вознаграждения. Эффективные коммуникации и переговоры (работа с негативной обратной связью; анализ проектов; ведение итоговых встреч).</p>                                                                                                                                                   | <p>Бизнес-имидж организации. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования. Корпоративный имидж и репутация. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера. Имидж города (региона): определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей. Трансмедийный сторителлинг. алгоритмы создания нарративов.</p> | <p>1) Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями, мультимедийными курсами на платформе <a href="http://org.fa.ru">org.fa.ru</a> (БТЗ и другие).<br/>2) Работа с учебной и справочной литературой.<br/>3) Устный перевод на русский язык текста, предъявленного на иностранном языке.<br/>4) Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к занятиям.<br/>5) Изучение материала по проблемам межкультурной и межязыковой коммуникации.<br/>6) Подготовка к проведению кейс-анализа, дискуссии и ролевой игре.<br/>7) Подготовка к написанию истории (создание нарратив).<br/>7) Подготовка к записи видео с элементами сторителлинга.</p> |
| <p>2. Кодекс профессионального поведения и этики PR. Концепция тройного критерия. Продвижение товара или услуги. Управление репутацией компании. Новые эффективные принципы PR: открытость и искренность. Эффективные коммуникации и переговоры (озвучивание опасений/рисков и принятие мер по их устранению). Информационный бюллетень компании.</p> | <p>Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы. Кодекс профессионального поведения и этики PR. Основы и проблемы профессиональной этики в Public Relations. Конфликт и пути его преодоления. Стратегии урегулирования конфликтов.</p>                                                                                                                                                                                                                     | <p>1) Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями, мультимедийными курсами на платформе <a href="http://org.fa.ru">org.fa.ru</a> (БТЗ и другие).<br/>2) Работа с учебной и справочной литературой.<br/>3) Устный перевод на русский язык текста, предъявленного на иностранном языке.<br/>4) Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к занятиям.<br/>5) Изучение материала по проблемам межкультурной и межязыковой коммуникации.<br/>6) Подготовка к проведению кейс-анализа, дискуссии и ролевой игре.<br/>7) Подготовка к медиапроекту (социально-культурному или коммерческому проекту).<br/>8) Подготовка к зачету.</p>         |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3. Эффективное управление временем и процессами. Принципы тайм-менеджмента. Баланс между работой и отдыхом: Work-life Balance, Work-life Blending, Slow Movement. Эффективные коммуникации и переговоры (ответы на электронную почту; решение проблем (Техника PSDM); общение с «трудными людьми» на работе). Объяснительная записка. Подготовка и участие в международных выставках.</p> | <p>Переговорный процесс как решение проблем. Переговорные стили. Презентация как способ влияния на ситуацию и людей и инструмент достижения целей. Технология переговорного процесса и психология принятия решений в переговорном процессе. Манипуляция в переговорном процессе. Техники, приемы и аргументации переговоров и презентаций.</p>                           | <p>1) Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями, мультимедийными курсами на платформе <a href="http://org.fa.ru">org.fa.ru</a> (БТЗ и другие).<br/>2) Работа с учебной и справочной литературой.<br/>3) Устный перевод на русский язык текста, предъявленного на иностранном языке.<br/>4) Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к занятиям.<br/>5) Изучение материала по проблемам межкультурной и межязыковой коммуникации.<br/>6) Подготовка к проведению кейс-анализа, дискуссии и ролевой игре.</p>                                                                                                                   |
| <p>4. Управление изменениями. Адаптация бренда. Принятие сложных решений. Модель «GROW» — методика достижения целей. Эффективные коммуникации и переговоры (метод мозгового штурма; обсуждение вариантов развития событий; способы управления слухов в организации). Информационное сообщение для прессы (пресс-релиз). Убеждение и аргументации в</p>                                       | <p>Эффективные рекламные стратегии для бизнеса. Виды рекламных стратегий. Рекламные и пропагандистские кампании. Эффективные рекламные стратегии для бизнеса. Виды рекламных стратегий. Рекламные и пропагандистские кампании. Убеждение и аргументации в рекламе. Риторические и стилистические приемы в рекламе и текстах. Инновационные технологии. Медиа-проект.</p> | <p>1) Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями, мультимедийными курсами на платформе <a href="http://org.fa.ru">org.fa.ru</a> (БТЗ и другие).<br/>2) Работа с учебной и справочной литературой.<br/>3) Устный перевод на русский язык текста, предъявленного на иностранном языке.<br/>4) Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к занятиям.<br/>5) Изучение материала по проблемам межкультурной и межязыковой коммуникации.<br/>6) Подготовка к проведению кейс-анализа, дискуссии и ролевой игре.<br/>7) Подготовка к медиапроекту (социально-культурному или коммерческому проекту).<br/>8) Подготовка к экзамену.</p> |

|                                                                      |  |  |
|----------------------------------------------------------------------|--|--|
| рекламе. Транс-медийный сторителлинг. алгоритмы создания нарративов. |  |  |
|----------------------------------------------------------------------|--|--|

## **6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю**

### **6.2.1 Задания текущего контроля**

#### **Пример заданий контрольных работ**

#### **LISTENING AND COMPREHENSION**

**Task I. You will hear an extract from a lecture «PR Ethics» which is a brief overview of ethical issues affecting public relations practitioners. Decide if the following statements (1-5) are True or False.**

1. Almost a half of journalists believe that PR practitioners spin stories too often. (False: two-thirds).
2. Spin implies disingenuous, deceptive or highly manipulative tactics.
3. In PR first thing you want to do is avoid deception including lying or withholding information to create a false impression.
4. Everything which is known or communicated within an organization needs to be made public. (False: not everything).
5. Ryan Lochte came under fire for what he did in the 2016 Olympics: he was branded a liar and lost several sponsorship deals.

**Task II. For questions 6-10, fill in the gaps with one word that you'll hear.**

#### **READING**

**Task I. For questions 1-5, read the text and decide if the statements below are true (T) or false (F) according to the information in the text.**

A corporate image of a company can be defined as an image that people hold in their mind about the company, its products, and its services. It is referred to as the reputation of the company in the market place or how others view it outside the company. The opinion of your customers about your company is highly influenced by the corporate image of your company in the market.

Having a positive corporate image is a boon as it helps to increase profits. In addition to this, a positive image helps to attract shareholders, business partners, and customers. Because of the benefits of a positive corporate image, many companies work relentlessly and put additional efforts other than just boosting sales to create a positive corporate image. A lack of positive corporate image will lead to high employee turnover, decreased revenue, and decreasing the number of important customers.

...

1. Corporate image is how your clients and people outside the company perceive it.
2. Positive corporate image affects only the sales of the company.
3. Neglected corporate image can result in the lack of workers and clients.
4. If a company's corporate image is tainted, it's hard to gain public trust back.
5. If a company fails and the image is already destroyed, there is no way to get back to normal.

**Task II. Read the extract ignoring the missing parts. Then look at the missing parts and fill them in the gaps. There is one extra you do not need. / Read the article about rewarding employee performance. Choose the best sentence from A–H to fill each of the gaps. Do not use any letter more than once.**

### **Components of Personal Branding**

A personal brand works much the same way as any type of brand. It's a mix of factors – some tangible, some intangible - (6) ... and who you're all about, so they can decide if they're going to buy into that brand.

Your 'what' is the tangible stuff – the more readily quantifiable aspects of your brand that let others know what you bring to the table: what knowledge and experience you have, what results you've delivered, what qualifications you've gained. It's what you (7) ... for.

Your ‘who’ is the intangible stuff: your personality, your character, your attitude, your morality. It is the thing that makes you tick. You need (8) ... working positively in your personal brand, in order for people to want to buy it.

However, if either your ‘what’ or your ‘who’ isn’t working, that buy-in can’t happen. For example, if you’re a technical whizz at your job (a positive ‘what’) but a boring dullard to work with (a negative ‘who’). Or if you’re great fun to work with (a positive ‘who’) but useless (9) ... (a negative ‘what’).

There’s a catch though: if you try and define your own brand just in (10) ... ‘who’ you’ll find it’s a bit too fuzzy. That’s why it’s better to use the Personal Brand Pyramid to extrapolate those two factors into six further elements: values, drivers, reputation, behaviors, skills or strengths and image.

- a. of your brand that let others know what
- b. terms of your ‘what’ and
- c. at your job
- d. are actually paid
- e. both parts to be
- f. to be doing

## LEXIS & GRAMMAR

**Task III. For questions 11-15, match the terms with their definitions (a-e).**

|                        |                                                                                                                                                       |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 11) strategic planning | a) a situation when a company always acts in the same way, has the same attitudes towards things, or achieves the same level of success in something. |
| 12) consistency        | b) process in which an organization's leaders define their vision for the future and identify their organization's goals and objectives               |
| 13) brand awareness    | c) how successful they are or how well they do something                                                                                              |
| 14) performance        | d) the way a company explains, in simple and concise terms, its purpose(s) for being                                                                  |
| 15) mission statement  | e) the extent to which consumers are to recall or recognize a particular product or service                                                           |

**Task IV. Match (16-22) on the left with an appropriate word (a-g) on the right to make word combinations from the active vocabulary.**

|                      |                               |
|----------------------|-------------------------------|
| 16) beyond           | a) the meaning of love        |
| 17) connote          | b) a corporate strategy       |
| 18) implement        | c) with luxury and style      |
| 19) go out           | d) the shadow of doubt        |
| 20) to be associated | e) of date                    |
| 21) operate through  | f) stakeholder's expectations |
| 22) fulfil           | g) a series of subsidiaries   |

**Task V. For questions 23-33, read the sentences and fill in the blank with a preposition or particle wherever necessary.**

23. The room was empty apart ... one man seated beside the fire.

A) - B) from C) of D) in

24. The current recession was triggered ... a slump in consumer spending.

A) - B) at C) on D) by

25. She had certainly done her bit to contribute ... the success of the company.

A) in B) to C) for D) with

26. The importance of corporate behavior ... terms of its impact upon corporate identity should never be underestimated.

A) on B) in C) for D) at

27. Apple turned from a startup ... a huge multinational company.

A) in B) for C) into D) at

28. Despite the plethora ... theories, there are really only two ways of explaining visual experience.

A) -            B) in            C) into            D) of

29. The President has announced new austerity measures ... addition to the ones he implements last month.

A) in            B) for            C) with            D) by

30. We were amazed at the range of products ... offer.

A) for            B) on            C) of            D) into

31. The company is represented ... a group of its most successful sales managers.

A) for            B) in            C) by            D) with

32. The company said that it values the workers' commitment ... the job during the pandemic.

A) to            B) for            C) over            D) on

33. ... the purposes of sales, we decided to reconsider the allocation of salesperson's time.

A) with            B) for            C) in            D) at

**Task VI. For questions 34-44, fill in the gaps with the verb in the appropriate form.**

34. China is one of the leading global ... (supply) of rare earth elements.

35. IT sphere is highly ... (compete) as technology is constantly changing.

36. A successful identity should instantly describe your business's service and be a positive ... (to reflect) of the quality of your work.

37. What are the ... (imply) of the new regulations?

38. The huge banner on the tower made a huge ... (visualize) impact on the skyline.

39. If the company fails to define its ... (strategy) goals, it is like to go down in the near future.

40. It's better when you have the same values with the company and salary should not be the key ... (motivate) to get the job.

41. The firm was accused of fraud as its ... (charity) events failed to bring any significant results.

42. Vivid colors of the brand have drawn attention of many ... (consume).



43. To understand all the cultural and emotional ... (connote) of a word, ask people for their feelings about the word or if it has any importance in their culture or country.

44. It is my ... (percept) that his argument was fundamentally flawed.

**Task VII. For questions 45-50, fill in the gaps with the words that fit the definition. The first letters of the word are already written.**

45. A h... is a typical characteristic or feature of a person or thing.

46. Al... is an amount of something, especially money, that is given to a particular person or used for a particular purpose.

47. A f... is information or statements of opinion about something, such as a new product, that can tell you if it is successful or liked. The term also refers to a reaction to some product or process.

48. C... is the reporting of some event or subject, how the media report some story.

49. A s... is a company or a firm controlled by a holding company.

50. A p... is a large or excessive amount of something.

**Task VIII. Fill in the gaps with the correct form of the verb in brackets.**

51. We arrived at work in the morning and found that somebody ... (break) into the office during the night.

52. When I finally arrived, she ... (wait) for me.

53-54. I went to a concert last week. The orchestra ... (play) for about ten minutes when a man in the audience suddenly ... (start) shouting.

55-56. It ... (rain) when I ... (look) out of the window one minute ago. And now the sky is clear.

57-58. He was out of breath. He ... (run) for ten minutes and he ... (have to) stop.

59-60. By the time he ... (get) there yesterday the meeting already ... (start).

**Task IX. WRITING**

Story selling is a type of sales strategy where sales and marketing professionals seek to tell stories that highlight the benefits of a product or service, rather than discussing its prices, product models, product features or uses. Story selling works by acquiring real stories from customers about how a product or service helped them. However, story selling can also work by developing fictional narratives that show customers how they can benefit from purchasing and using a product or service.

**Write a selling product story (180-200 words) using the storytelling techniques and persuasive language devices to make your story more engaging and more persuasive.**

или написание профессионального текста (новостного блога / информационного бюллетеня / пресс релиза)

#### **Task IX. WRITING**

Company newsletters allow you to keep all employees informed about what's going on in the company as well as boost their morale and productivity. An internal newsletter is not just an email marketing trick; they're also the perfect solution for keeping teams across the entire organization informed. They work especially well in larger companies where teams are divided or spread out all over the world. Team members might eventually depend on your company newsletter to stay on top of what's going on at work.

**Write an internal company newsletter (180-200 words) giving news and describing future plans.**

Criteria (5 points - TOTAL):

0-2 points - Accuracy in English

0-1 points - Content and logical presentation

0-2 points - Linguistic devices (tools that writers use to create meaning, emotion, or other effects in their writing)

## KEYS

| Task I |   | Task II |   | Task III |   | Task IV |   | Task V |   | Task VI |              | Task VII |            | Task VIII |                     |
|--------|---|---------|---|----------|---|---------|---|--------|---|---------|--------------|----------|------------|-----------|---------------------|
| 1      | T | 6       | a | 11       | b | 16      | d | 23     | b | 34      | suppliers    | 45       | hallmark   | 51        | had broken          |
| 2      | F | 7       | d | 12       | a | 17      | a | 24     | d | 35      | competitive  | 46       | allocation | 52        | was waiting         |
| 3      | T | 8       | e | 13       | e | 18      | b | 25     | b | 36      | reflection   | 47       | feedback   | 53        | had been playing    |
| 4      | T | 9       | c | 14       | c | 19      | e | 26     | b | 37      | implications | 48       | coverage   | 54        | started             |
| 5      | F | 10      | b | 15       | d | 20      | c | 27     | c | 38      | visual       | 49       | subsidiary | 55        | was raining         |
|        |   |         |   |          |   | 21      | g | 28     | d | 39      | strategic    | 50       | plethora   | 56        | looked              |
|        |   |         |   |          |   | 22      | f | 29     | a | 40      | motivation   |          |            | 57        | had been running    |
|        |   |         |   |          |   |         |   | 30     | b | 41      | charitable   |          |            | 58        | had to              |
|        |   |         |   |          |   |         |   | 31     | c | 42      | consumers    |          |            | 59        | got                 |
|        |   |         |   |          |   |         |   | 32     | a | 43      | connotations |          |            | 60        | had already started |
|        |   |         |   |          |   |         |   | 33     | b | 44      | perception   |          |            |           |                     |

*В зависимости от уровня подготовки группы задания могут быть изменены.*

### Пример ситуативного задания (кейса)

**New brand image for Adam's Michelin-starred restaurant in the UK**

Adam's is a Michelin-starred restaurant, named UK's No.1 by TripAdvisor in Birmingham. Originally a pop-up, Adam's reopened in January 2016 as a permanent restaurant with a new visual brand identity.



As a former pop-up restaurant, Adam's visual identity of both the store and the website was very basic, with the use of a simple font and a logo featuring the letter A surrounded by a circle, a fork and a knife, representing the cutlery at the restaurant. The former visual identity featured two main colors: grey/blue and white.

Adam's website, before the rebrand:



Adam's pop up restaurant, before the new launch:



### The Challenge:

The new brand image had to appeal to a variety of audiences, from regular fine diners and corporate clients to special occasion diners and prospective staff.

## Примеры задания ролевой и бизнес игр

### A role-play « Social media engagement»

#### Situation

Social media engagement is a measure of how people are interacting with your social media accounts and content.

Activity and engagement is crucial for every social platform to build a positive brand experience, and develop meaningful relationships with new and potential future customers.

Social media engagement is measured by a range of metrics that could include the following:

- Shares or retweets
- Comments
- Likes
- Followers and audience growth
- Click-throughs
- Mentions (either tagged or untagged)
- Using branded hashtags.

Basically, social media engagement is growing anytime someone interacts with your account and can be calculated in a variety of ways.

**Task: Act out a round-table discussion on social media engagement.**

**Elaborate on the following issues: how to boost social media activity, how to identify emotional triggers of your client, how to influence effectively.**

1. There is an opinion that creating positive and fun social media engagement you have to use these questions as icebreakers for networking events. What questions would you recommend asking on social media to increase engagement?
2. Discuss the extract of the book: «In a way, the photos that so many of us post on our social media sites are badges that we display to all of our friends to tell them of the exotic places we have visited or the mountains we have climbed. We post them proudly and wait expectantly for our friends to like them and comment on them. For some, this is a richly rewarding and powerful social experience, and

they dedicate many hours of their day to the activity of posting and liking. Each little “like” triggers a dopamine drip that keeps them hooked like junkies.»

**Source:** William Ammerman “The Invisible Brand Marketing in the Age of Automation, Big Data, and Machine Learning» June 14, 2019.

3. How can you convince customers to go for online shopping or any other activity you need as a PR specialist? What are ways to persuade someone online?



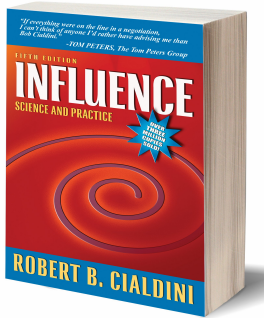
**Kylie Jenner**, an American media personality, socialite, model, and businesswoman. She has starred in the E! reality television series Keeping Up with the Kardashians since 2007 and is the founder and owner of cosmetic company Kylie Cosmetics. After being named “the youngest self-made billionaire of all time” in 2019, Kylie Jenner’s net worth has declined to \$700

million, according to Forbes’s estimates as of October 2020.

**Make use of the following helpful phrases:**

- *Let’s be clear first of all over the general problem.*
- *What is your alternative proposal?*
- *Are there any other points to discuss?*
- *I’ll leave it there unless there are further questions.*
- *I’m all for the opinion that...*
- *We can hardly ignore it.*
- *This suggests that ...*

➤ *It's obvious that ...*



**Dr. Robert Cialdini**, PhD, psychologist, the author of the book «Influence: the Psychology of Persuasion». There is a book review on Youtube, One Percent Better, Influence | The Psychology of Persuasion by Robert Cialdini

Dr. Robert Cialdini has spent his entire career researching the science of influence earning him an international reputation as an expert in the fields of persuasion, compliance, and negotiation. His books including, Influence: Science & Practice, are the result of decades of peer-reviewed research on why people comply with requests. Influence has sold over 3 million copies in over 40 languages and is a New York Times Bestseller.

**Make use of the following helpful phrases:**

- *In spite of much development and understanding in...*
- *...remains essentially a land of hopes and promises, but not certainties.*
- *My personal feeling is...*
- *It must be admitted that ...*
- *One of widespread misunderstandings is...*
- *Furthermore, ...*
- *May I have a say?*
- *I'm in favour of...*
- *It goes without saying that...*
- *An argument goes that ...*
- *Given the complexity of...*



**John Rampton** is an entrepreneur, investor, online marketing guru and startup enthusiast. He is founder of the online payments company Due and productivity company Calenda. John is best known as an entrepreneur and connector. He was recently named #2 on Top 50 Online Influencers in the World by Entrepreneur Magazine

and blogging Expert by Time. He currently advises several companies in the San Francisco Bay area, cooperates with Forbes, TechCrunch, CNN and others.

For more info see <https://www.johnrampton.com>

**Make use of the following helpful phrases:**

- *Let me just say at the beginning...*
- *It makes sense (for somebody to do something)...*
- *May I remind you that ...*
- *It goes without saying that ...*
- *It seems illogical for me that ...*
- *I'm afraid, I cannot agree with...*
- *I'd like to point out that...*
- *For the most part...*
- *Therefore...*

**The Manipulation Business Game**

**Directions:** Everyone in the group gets a card with instructions. Your card will instruct you to either manipulate the entire group or a person in the group to do whatever it says on the card.

The group will then discuss a topic as a group. (Any topic – like “relapse” “relationships” “anger” “fear” “Where do you see yourself in 5 years” – ANYTHING the Counselor Chooses or just do this during a normal group discussion or check in) - During the group discussion, your goal is to try to do whatever it says on the manipulation card, with one catch:

**Try to be as subtle as possible with your manipulation goal. Do not be obvious about it. Instead, try to be as sneaky as possible so that no one can guess what your goal was. Be sneaky yet manipulative.**

Once you feel that you have achieved your goal. Just be yourself again in the group.

**After the Group Follow Up:**

Go person by person in the group. Start with the first person:



- Ask everyone else in the group if they know what the manipulation goal was for this person. For every person who could not guess what the manipulation goal was that person gets 2 points.
- Now the person reads their card and explains to the group what they did to try to achieve that goal. If the group votes and thinks that manipulation goal was achieved the person gets up to an additional 10 points depending upon how well the goal was achieved.

Do this with each person and see who wins by being the most sneaky and manipulative

### **Repeat with a new task.**

Try to get the entire group really interested in the topic.

Try to get the group to laugh about something totally unrelated to what we are talking about.

Try to get as many people in the group as you can to share about their childhood.

Try to get the one of the counselors or interns to laugh at least once.

Tell a wild story about yourself that is really unusual but try to get everyone to believe it.

Try to get the group onto a totally different topic for a minute then back to the original topic without them knowing.

Try to get convincingly get upset at something at least twice (not mad, just upset) and get someone to apologize.

Try to get someone in the group to say something nice about you.

Try to get at least two people to make a reference to music.

Try to get the group to agree that something unusual is really good.

Try to get at least two different people to make funny faces.

Try to get the quietest person in the room to share something new about themselves.

Make at least 3 strange noises that people hear but no one says anything about.

Try to get the group to try to figure out something that has to do with a math problem.

Try to get as many people as you can in the room to say a color without asking for their favorite color.

Try to get the group to believe one of your favorite things is something really unusual.

Try to get as many people as you can to mention a word that starts with Z.

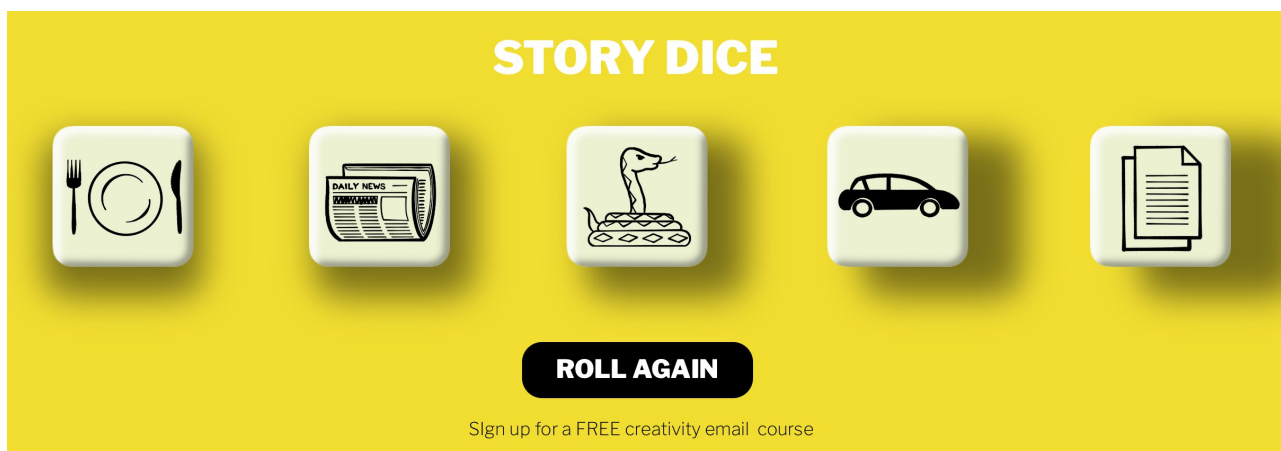
Try to get as many people as you can in the group to say something that rhymes.

Pick an unusual word and try to get as many people as you can to repeat it.

Try to get people to believe something about the town you come from that is completely not true.

**Примеры задания для работы над сторителлингом как элементом нарративного текста**

**Task 1.** In pairs make up your own stories using online story cubes <https://davebirss.com/storydice-creative-story-ideas/>



**Task 2.** Create your own comics.

**Task 3.** Rewrite a classic children story (move characters to a different location, change the time period, turn female character into males, rewrite it in different genres).

**Task 4.** Finish the Story game. In pairs or groups finish the story:

- You time-travel to the year 3000 and...
- As you walk around town, you noticed something strange...
- You invented something new and...

- After a bad day, you mistakenly create a cure for...
- While reading a book, you realised... Story selling is a type of sales strategy where sales and marketing professionals seek to tell stories that highlight the benefits of a product or service, rather than discussing its prices, product models, product features or uses. Story selling works by acquiring real stories from customers about how a product or service helped them. However, story selling can also work by developing fictional narratives that show customers how they can benefit from purchasing and using a product or service.

**Task 5. Write a selling product story (200-250 words) using the storytelling techniques and persuasive language devices to make your story more engaging, more readable, and more persuasive.**

Criteria (5 points - TOTAL):

0-2 points - Accuracy in English

0-1 points - Content and logical presentation of events

0-1 points - Skills and eliciting emotions and expressions of the character (Linguistic devices)

0-1 points - Impact and rhetorical appeals

**Task 6. Make up a mind map of crucial points** <https://sales-generator.ru/blog/storitelling/>

### **6.2.2 Перечень тем**

#### **Примерные темы для подготовки к анализу ситуации (кейса) и групповой дискуссии**

1. Формирование имиджа публичного деятеля средствами PR (на конкретном примере).
2. Технологии PR в сфере политики: формирование имиджа политических деятелей, продвижение организаций и идей (на конкретном примере).

3. Интернет-технологии в PR-деятельности (на конкретном примере продвижения).
4. Работа корпоративного PR-департамента организации (на конкретном примере).
5. Структура и особенности работы пресс-службы организации (на конкретном примере).
6. Исследования внешней и внутренней среды в работе PR-специалистов (SWOT- и STEP-анализ).
7. Конкурентный анализ в работе PR-специалистов: этапы и особенности осуществления.

Больше примеров и кейсов:

1. <https://tubikstudio.medium.com/case-study-lunnscape-identity-design-for-a-landscape-company-92e1dd99ecc7>
2. <https://www.thebrandingjournal.com/category/case-studies/>
3. <https://blog.tubikstudio.com/case-study-andre-corporate-brand-identity/>

#### **Примерные темы для проведения ролевой / бизнес игры**

1. Отраслевой PR (на выбор в сфере спорта, культуры, туризма, образования, досуговой деятельности).
2. Структура и функции PR-службы (на конкретном примере).
3. Работа корпоративного PR-департамента организации.
4. Организация и проведение специальных мероприятий для СМИ.
5. Оценка эффективности реализованной PR-кампании (на конкретном примере).
6. Специальные мероприятия для целевых аудиторий: виды и особенности.
7. Контент-анализ базисного субъекта в работе PR-специалистов (на конкретном примере).

*В зависимости от современных трендов и пожелания студентов темы могут быть дополнены или изменены.*

#### **Примерные темы для подготовки докладов/презентаций**

1. Обзор основных положений кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
2. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность в сфере PR и рекламы.
3. Структура и особенности работы пресс-службы организации.
4. Роль выставочных мероприятий в продвижении.
5. PR-агентство: специфика работы, структура, реализуемые проекты (на конкретном примере).
6. Сегментирование групп общественности при продвижении (на конкретном примере).
7. Виды социологических исследований в деятельности PR-специалиста.

*В зависимости от современных трендов и пожелания студентов темы могут быть дополнены или изменены.*

### **Домашнее чтение (профессиональных текстов)**

Самостоятельная внеаудиторная работа студента (Home Reading Assignment).  
Результатом работы над текстами является Глоссарий в 200 слов за 1 семестр на [www.quizlet.ru](http://www.quizlet.ru) и использование терминов на уроках и зачете.

1. **Home Reading Assignment.** Прочитать и составить глоссарий.  
8 ways you can reward your PR employees [https:// www.agilitypr.com/pr-news/public-relations/8-ways-you- can-reward-your-pr-employees/](https://www.agilitypr.com/pr-news/public-relations/8-ways-you-can-reward-your-pr-employees/) 2. How to ask your boss for a promotion [https:// www.esladvise.com/asking-for- a-promotion-in-english/](https://www.esladvise.com/asking-for-a-promotion-in-english/)
2. **Home Reading Assignment.** Прочитать и составить глоссарий. Work motivation: what it is and why it is important <https://www.betterup.com/blog/work-motivation-the-value-behind-the-task>

3. **Home Reading Assignment.** Прочитать и составить глоссарий. 10 Examples of Constructive Feedback in the Workplace <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/constructive-feedback-examples>
4. **Home Reading Assignment.** Прочитать и составить глоссарий. 45 Constructive Feedback Examples: Your Cheatsheet to Improvement Feedback <https://www.zavvy.io/blog/constructive-feedback-examples>
5. **Home Reading Assignment.** Прочитать и составить глоссарий. How Sustainability Is Changing Fashion PR In 2023 <https://glamobserver.com/how-sustainability-is-changing-fashion-pr-in-2023/>
6. **Home Reading Assignment.** Прочитать и составить глоссарий. THE TRIPLE BOTTOM LINE: WHAT IT IS & WHY IT'S IMPORTANT <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-the-triple-bottom-line>
7. **Home Reading Assignment.** Прочитать и составить глоссарий. Transparency Is Vital For Rock-Solid Business Partnerships <https://www.forbes.com/sites/katevitasek/2022/05/04/why-transparency-is-vital-for-rock-solid-business-partnerships/?sh=7b2ffc6b6cac>
8. **Home Reading Assignment.** Прочитать и составить глоссарий. How to voice concerns without seeming negative. <https://www.aatcomment.org.uk/career/how-to-voice-concerns-without-seeming-negative-%EF%BB%BF/>

*В зависимости от современных трендов и пожелания студентов темы могут быть дополнены или изменены.*

### **Создание видеоконтента (видеороликов)**

Video storytelling «I am Unique: Turning your Weakness into Strength»  
In a world filled with a growing number of distractions, brands and influencers today are engaged in a constant battle to capture people's attention. Many of

them succeed with video storytelling. We'll start with a personal story «How I Turned my Weakness into Strength».

### **Useful resources:**

How Video Storytelling Works and Why It's a Powerful Marketing Tool

<https://www.outbrain.com/blog/video-storytelling/>

### **Style Guidelines**

- Preferably the video is in landscape mode, saved as .mov or .mp4 file.
- If you are filming on a smartphone, film in landscape mode and use the highest video quality you can. Double-check your video to make sure that everyone speaking can be easily understood.
- The length of the videos should be minimum 90 seconds and maximum 3-4 minutes. All types of videos are allowed, so take out your smartphone and start shooting! We don't expect them to be professional.
- All entries should begin with a 5 second full-screen "title screen" and includes the following information:

Lead Producer's name

University name

Title of video

### **Judging Rubric**

- **Requirements:** Does the video follow the guidelines? (Up to 4 minutes, English scripts)

- **Plot:** What story do you want to tell? What is its structure? (Powerful stories typically consist of an introduction, conflict or complication, and resolution.)

- **Fluency and accuracy in English**

- **Persuasive techniques, linguistic devices and emotional triggers**

- **Production:** What is the overall quality of production (including visual and sound elements)?

- **Memorable/Creative:** How well does the video draw in the viewer and keep their attention?

– **Video format** (animated, live actors, special effects).

*В зависимости от современных трендов и пожелания студентов темы могут быть дополнены или изменены.*

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента/кафедры

#### **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе «2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Таблица 5

| Наименование компетенции                                                            | Наименование индикаторов достижения компетенции                               | Результаты обучения ( умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции | Типовые контрольные задания                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПКН-1</b> Способность создавать коммуникационные продукты, соответствующие обще- | 1.Создает коммуникационные продукты в форме текста, аудио- и видеоматериалов, | <b>Знать:</b> нормы иностранного языка<br><br><b>Уметь:</b> оформ-                         | <b>Задание 1</b><br>Write a selling product story using the storytelling techniques and persuasive language devices to make |



|                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ством и коммуникационными индустриями, в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> | <p>интернет-контента.</p>                                                                                                                                              | <p>лять медиатексты в письменной, аудиальной и визуальной форме как в разном формате</p>                                                                                                                            | <p>your story more engaging and more persuasive.</p> <p><b>Задание 2</b><br/>Shoot a video «How I turned my weaknesses into strength»</p> <p><b>Задание 3</b><br/>Make up a news blog.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                       | <p>2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>                | <p><b>Знать:</b> структуру коммуникационных продуктов</p> <p><b>Уметь:</b> вносить стилистические правки, в соответствии с нормами иностранного языка</p>                                                           | <p><b>Задание 1</b><br/><b>Underline any persuasive technique in the text.</b><br/>Come to our brand-new theme park, Thrill Valley! Thrill Valley is only a short 30-minute drive from the centre of town. Our rides and attractions are like nothing you've ever seen before!</p> <p><b>Задание 2</b><br/><b>To be persuasive, we must choose our words carefully. There are several persuasive techniques that can help. Match up each persuasive technique to its example.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alliteration</li> <li>2. Emotive language <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Place words beginning with the same sound close together to help emphasize a point.</li> <li>b) Words designed to evoke emotions and make people feel a certain way.</li> </ol> </li> </ol> |
| <p><b>УК-3</b> Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности</p>                                         | <p>1.Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.</p> | <p><b>Знать:</b><br/>-правила делового речевого этикета в профессионально-деловом общении;<br/>-диалогические и монологические формы коммуникации и их особенности;</p> <p><b>Уметь:</b><br/>-адекватно исполь-</p> | <p><b>Задание 1</b><br/>Match the Russian terms with their equivalents in English:<br/>1) Трудовой договор, 2) Должностная инструкция, ...<br/>a) employment contract; b) job description; ...</p> <p><b>Задание 2</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|  |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                                                        | <p>зовать коммуникативные технологии в процессе академического и профессионального взаимодействия</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Find information on the internet about the persuasive techniques in advertising. Compare and contrast the forms and examples in English and Russian.</p> <p><b>Задание 3</b></p> <p>Rewrite each sentence, adding emotive language. Use the following words in any word format:<br/> <b>violent, miracle, unbelievable, suspicious ...</b></p> <p>1. A woman was attacked this morning.<br/> 2. Scientists have discovered a way to regrow hair.<br/> ...</p>                                                                                                              |
|  | <p>2. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии.</p> | <p><b>Знать:</b><br/> - структурные и языковые модели для описания профессиональной и исследовательской деятельности в устной и письменной форме;</p> <p><b>Уметь:</b><br/> - правильно использовать терминологический аппарат в письменной и устной речи в процессе делового, профессионального и научного общения;<br/> - участвовать в диалогических формах (дискуссия и др.) общения в ситуациях профессионально-делового общения;</p> | <p><b>Индикатор 2</b></p> <p><b>Задание 1</b></p> <p>Match the business language idioms in Russian (1-9) with their English equivalents (a-i):</p> <p>1) Уважаемый мистер Маск; 2) Уважаемые коллеги; 3) Здравствуйте; 4) По месту предъявления; 5) Спасибо, что присутствовали на встрече; ...</p> <p>a) Dear Mr Musk; b) Dear all; c) Greetings; d) To whom it may concern; e) Thanks for attending the meeting; f) I would greatly appreciate it if you could provide me with the details of the meeting; ...</p> <p><b>Задание 2</b></p> <p>You are Head of Sales and</p> |

|  |                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>you have just completed the staff appraisal of one of the Sales Managers, Marc Champeau. Write a letter to Marc summarising that appraisal.</p> <p>Write about: 1) the positive achievements.<br/>2) areas which need improvement. 3) suggestions for the future.<br/>any other points which you think are important.<br/>Write 180–200 words.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|  | <p>3. Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.</p> | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- профессиональную терминологию;</li> <li>- структуру презентации и профессиональных текстов на профессионально-деловую тему;</li> <li>- стандартные цели и задачи деловых переговоров; социокультурные особенности ведения деловых переговоров; коммуникативно-прагматические и жанровые особенности переговоров</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- делать сообщения о результатах исследования/ переговоров;</li> <li>- кратко излагать содержание специальных статей;</li> <li>- вести научную/профес-</li> </ul> | <p><b>Задание 1</b></p> <p>Roleplay a meeting of a Russian university representative with the head of PR department of a multinational company on the possibility of designing further training courses. The participants of the meeting communicate through an interpreter. Work in groups to make up a speech of the university representative speaking only Russian. Think of the purpose and strategy of communication the Russian representative is going to use.</p> <p><b>Задание 2</b></p> <p>Match the Russian business meeting vocabulary (1-6) with English equivalents (a-f):</p> <p>1) Я хотела бы встретиться с г-м Смитом; 2) Мы могли бы встретиться?<br/>3) Возможно ли переложить нашу встречу? 4) Я вынужден изменить дату нашей встречи; ....</p> |

|  |                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                        | <p>сиональную дискуссию в соответствии с нормами научного этикета;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять цели и задачи переговоров; использовать универсальные коммуникативные стратегии и приемы деловых переговоров; определять и учитывать социокультурные и жанровые особенности переговоров.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                              | <p>a) I would like an appointment with Mr Smith please; b) Can we arrange a meeting?<br/>c) I wonder whether we can postpone our meeting?<br/>d) I am forced to change the date of our meeting; ...</p> <p><b>Задание 3</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Practice Reading the Room.</li> <li>2. Make up Role-Playing Scenarios.</li> <li>3. Practice Negotiating from the Worst Position Possible.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|  | <p>4. Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.</p> | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику диалогической и монологической речи в сфере профессиональной коммуникации;</li> <li>- основные правила аргументированного и логичного построения высказываний для обсуждения проблем и тенденций в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пользоваться общепринятыми формами профессионально-делового общения и понимать их;</li> <li>- находить и извлекать информацию при чтении учебной, справочной,</li> </ul> | <p><b>Задание 1</b></p> <p><b>Render the text into Russian.</b></p> <p><b>Public Relations Bring Ethics Under the Spotlight</b></p> <p>Public relations campaigns like the one that helped "sell" the Gulf War have gained criticism for deliberately altering perceptions. Media and stakeholder groups have accused public relations practitioners of being spin doctors and describing a reality that suits their purposes. This attitude is encapsulated in the descriptor that an activity is merely a "PR ploy", a "PR maneuver" or a "PR effort". Practices such as "flogging" (fake blogging), "astroturfing" (fake grassroots lobbying) and "stealth marketing" (fake promotions with actors masquerading as private citizens) have come</p> |

|  |                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                | <p>профессиональной литературы в соответствии с конкретной целью;</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>under criticism.</p> <p><b>Задание 2</b></p> <p>Do the online-exercises and ask questions about the difficulties you've faced. Connectives and Linking Words. <a href="https://www.english-grammar.at/online-exercises/connectives/connectives-index.htm">https://www.english-grammar.at/online-exercises/connectives/connectives-index.htm</a></p> <p><b>Задание 3</b></p> <p>Practice social language in the following situations:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Greeting a visitor at the reception desk</li> <li>-Making a small talk after the meeting</li> <li>-Saying good-buy at the end of the meeting.</li> </ul> |
|  | <p>5. Грамотно и эффективно пользуется иноязычными источниками информации.</p> | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику работы с информационными базами данных, сайтами научных журналов и международных профессиональных организаций;</li> <li>- особенности терминологического аппарата, стилового и грамматического оформления документов в процессе делового и профессионального общения;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбирать литературу по теме исследования, оформлять список;</li> <li>- представить свою точку зре-</li> </ul> | <p><b>Задание 1</b></p> <p>Find out more about ethical Issues in PR. Make up a glossary.</p> <p><b>Задание 2</b></p> <p>Discuss briefly why each of the following issues is important for a PR specialist:</p> <p>...</p> <p><b>Задание 3</b></p> <p>Discuss with a partner the following issues.</p> <p>...</p> <p><b>Задание 4</b></p> <p>Give a presentation on the following topic using the format recommended in your textbook.</p> <p><b>Задание 5</b></p> <p>Comment on the presentation given by your col-</p>                                                                                                                      |

|  |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                      | <p>ния о прочитанной литературе,<br/>-принимать участие в обмене мнениями в письменной и устной форме</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | league.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|  | <p>6. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.</p> | <p><b>Знать;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– виды письменной документации в профессионально-деловой сфере;</li> <li>– особенности устной и письменной форм коммуникации; правила коммуникации, осуществляемой посредством современных информационно-коммуникативных технологий.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <p>-продуцировать виды академического и профессионального письма, такие как пресс-релиз, отчет и тд.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять деловые письма и документы, относящиеся к сфере профессиональной деятельности.</li> <li>– анализировать социально-психологические фено-</li> </ul> | <p><b>Задание 1</b></p> <p>Work in groups. Talk to the class about each of the following topics for about two minutes. Give arguments in favor and against the opinion.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alternative human resource approaches are highly effective.</li> <li>• It is impossible to retain best employees as it might be too costly.</li> </ul> <p>Get prepared to demonstrate polite and interested listening using the following expressions:<br/> <i>Well, I hadn't thought of that ...</i><br/> <i>Exactly. ... Absolutely.</i><br/> <i>That's a good point. ...</i></p> <p><b>Задание 2</b></p> <p>Make up a dialogue on the following situation. ...</p> <p><b>Задание 3</b></p> <p>Analyse the Case and write a report on your findings.<br/> Step 1. Examine the case thoroughly and write down:<br/> a. the relevant facts b. the key problems (2 to 5)<br/> Step 2. Focus on the key problems. Answer the questions:</p> |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>мены личного и профессионального общения, применять знания правил коммуникации при осуществлении письменных деловых контактов и проведении деловых переговоров на иностранном языке; демонстрировать адекватное речевое поведение, учитывая эффективные стратегии и тактики коммуникации на иностранном языке с использованием современных информационно-коммуникативных технологий.</p> | <p><b>Задание 4</b></p> <p>Read the advertisements of two on-line courses. Which course would you choose? Why?</p> <p><b>Advertisement 1</b></p> <p>This free 30-minute online course from the US Small Business Administration requires Flash and is designed to highlight the critical role PR plays in the typical small business. ...</p> <p><b>Advertisement 2</b></p> <p>This course is designed for anyone interested in using human resource management principles to get more out of their workforce. ...</p> |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Результаты освоения студентами знаний и умений, предусмотренных рабочей программой дисциплины, оцениваются по 100-балльной шкале и включают:

1. Текущий контроль

- полусеместровая аттестация - 20 баллов
- работа после аттестации - 20 баллов

## 2. Промежуточная аттестация

- письменная часть зачета/экзамена - 30 баллов
- устная часть зачета/экзамена - 30 баллов

### Система оценки знаний по учебной дисциплине «Иностранный язык в профессиональной коммуникации»

| Аттестация<br>(I полови-<br>на семе-<br>стра) | Работа в семе-<br>стре (II полови-<br>на семестра) | Письменная часть промежуточной аттестации<br>Мах. 30 баллов |                                                             |                                             | Устная часть<br>промежуточной<br>аттестации | Итого                 |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------|
| Мах. 20 бал-<br>лов                           | Мах. 20 баллов                                     | Аудирование<br>Мах. 5 баллов                                | Лексико- грам-<br>матические зада-<br>ния<br>Мах. 20 баллов | Творческое<br>задание<br>Мах. 5 бал-<br>лов | Мах. 30 баллов                              | Мах.<br>100<br>баллов |
|                                               |                                                    |                                                             |                                                             |                                             |                                             |                       |

Промежуточная аттестация по дисциплине «Иностранный язык» проводится в 5 семестре в форме зачета, в 6 семестре в форме экзамена.

Зачет и экзамен по дисциплине проводятся в устно-письменной форме. Максимальная оценка, выставляемая на зачете и экзамене, 60 баллов.

Методические материалы к зачету и экзамену [https://disk.yan-  
dex.ru/i/CmMYSyotpu1lhg](https://disk.yandex.ru/i/CmMYSyotpu1lhg)



Промежуточная аттестация имеет следующую структуру:

Зачет



1. Проведение контрольной работы на основе пройденного языкового материала, который включает в себя аудирование, лексико-грамматический тест, письменную работу: написание профессионального текста по заданной теме (a performance review summary or newsletter). Максимальная оценка составляет 30 баллов.

2. Устный ответ включает социально-культурный проект: промо-видео, формирующее туристическую привлекательность Москвы (любого города России на выбор). Максимальная оценка составляет 30 баллов (см. Таблица 5)

**Requirements:** Up to 8 minutes, English subtitles, a team of 3-4 students  
Preferably the video is in landscape mode, saved as .mov or .mp4 file.

If you are filming on a smartphone, film in landscape mode and use the highest video quality you can. Double-check your video to make sure that everyone speaking can be easily understood. The **length of the videos** should be **minimum 90 seconds and maximum 8 minutes**. All types of videos are allowed, so take out your smartphone and start shooting! We don't expect them to be professional.

All entries should begin with a 5 second full-screen "title screen" and includes the following information:

University

Logo

Team Surnames and Names (with Photos), Number of the Group Title of the Video

Finally, all videos must be uploaded and stored on Yandex or Google cloud with a file name (ex. СовПиБ 21-..., РиСО 21-..., ОПиБЖ 21- 6 ...) and video name (Surname and Name)

### **Judging Criteria and Scores**

*The Videos will be judged in terms of the language itself and linguistic devices, creativity, originality, message content and technical organization (sound and picture quality).*

**Videos will be judged over a score of (30) points on the following criteria:**

- **Fluency and accuracy in English (5 points)**
- **Content and Style:** persuasive techniques, linguistic

devices and emotional triggers **(5 points)**

- - **Creativity/Originality (5 points)**
- - **Message Content:** promotional value **(5 points)**
- - **Technical Organization:** Visual and Sound Impact **(5 points)**
- - **Student's Choice:** all videos will be shown in the last class. The videos will be ranked based on the number of 'Likes' and the corresponding points will be added to the final Judges' score (see the table)

### Экзамен

1. Проведение контрольной работы на основе пройденного языкового материала, который включает в себя аудирование, лексико-грамматический тест, письменную работу: написание истории в формате сторителлинг или написание профессионального текста по заданной теме (an email giving reasons или press release). Максимальная оценка составляет 30 баллов.

2. Устный ответ включает: проектную работу *«Анализ и усиление бренда социально-культурного объекта»* (командная не более 4 человек или индивидуальная).

Проектная работа представляет собой специально организованную, самостоятельную деятельность студентов, направленную на решение практически и теоретически значимой проблемы и оформленную в виде конечного продукта. Основная цель проектной деятельности состоит в приобретении и развитии у студентов практических значимых знаний и умений, а также опыта самоорганизации.

Анализ и усиление бренда социально-культурного или коммерческого объекта (например, любой парк Москвы или другого города (<https://parkseason.ru/parki-moskvi/>)).

Финальная работа состоит из мультимедийной презентации (критический анализ бренда) с устной ее защитой (в аудитории) и ответы на вопросы (в аудитории) и промо-видео, формирующее туристическую или коммерческую привлекательность города или коммерческой компании России (на выбор).

Критический анализ, в котором раскрыта индивидуальность бренда, должен включать

1. Описание позиционирования бренда: включает в себя миссию и ценности компании, уникальное торговое предложение, эмоциональные и рациональные преимущества. Анализ преимуществ и недостатков позиционирования бренда на данный момент.
2. Портрет потребителя — описание целевой аудитории бренда.
3. Название бренда: его значение, написание и произношение — если оно сложное и неочевидное.
4. Возможная стратегия продвижения бренда.
5. Создание контента (5 или более идей для контента в блоге или социальных сетях с примерами).

Максимальная оценка составляет 30 баллов (см. Таблица 7).

Дополнительные задания и подробная информация на образовательном портале [www.org.fa.ru](http://www.org.fa.ru)

Таблица 6

| Семестр | Форма контроля | Этап контроля         |                             | Количество баллов |
|---------|----------------|-----------------------|-----------------------------|-------------------|
| V       | Зачет          | 1. Контрольная работа | Аудирование                 | 5                 |
|         |                |                       | Лексико-грамматический тест | 20                |

|       |  |                                                                                                                                 |    |
|-------|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|       |  | Письменное (творческое) задание                                                                                                 | 5  |
|       |  | 2. Устный ответ (социально-культурный проект: промо-видео, формирующее туристическую привлекательность города России (на выбор) | 30 |
| Итого |  |                                                                                                                                 | 60 |

Таблица 7

| Семестр | Форма контроля | Этап контроля         |                                                                           | Количество баллов |
|---------|----------------|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| VI      | Экзамен        | 1. Контрольная работа | Аудирование                                                               | 5                 |
|         |                |                       | Лексико-грамматический тест                                               | 20                |
|         |                |                       | Письменное (творческое) задание                                           | 5                 |
|         |                | 2. Устный ответ       | Проектная работа «Анализ и усиление бренда социально-культурного объекта» | 30                |
| Итого   |                |                       |                                                                           | 60                |

### Пример тестовых заданий (зачет/экзамен)

#### LISTENING AND COMPREHENSION

**Task I. You will hear a recording describing an experiment conducted by Joshua Bell. Decide whether the following statements (1-5) are True, False or Not Stated.**

1. Joshua Bell is one of the greatest violinists in the world.

True                  False                  Not stated

2. Joshua Bell was performing first at Boston Symphony Hall and then at the railway station.

True                  False                  Not stated

3. 2,300 year ago Aristotle wrote the single most important work on persuasion “Rhetoric”.

True                  False                  Not stated

4. Joshua Bell read Aristotle’s works, that’s why he conducted the experiment.

True                  False                  Not stated

5. People travelled for miles to hear the artist play one night and next time didn’t even pause for a moment to listen because ethos and pathos were missing.

True                  False                  Not stated

**Task II. For questions 6-10, fill in the gaps with one word that you’ll hear.**

Joshua Bell said of the experience: “It was a strange feeling that people were actually 6.\_\_\_\_\_ me. ... At a music hall, I’ll get 7.\_\_\_\_\_ if somebody coughs, or if someone’s cell phone goes off, but here my expectation quickly diminished. I was oddly 8.\_\_\_\_\_ when someone threw in a dollar.” What changed? Same music, on the same violin, played with the same 9.\_\_\_\_\_ and by the same man. Why did people listen and then not listen? Aristotle would be able to 10.\_\_\_\_\_.

## **LEXIS & GRAMMAR**

### **READING AND COMPREHENSION**

**Task III. Task IV. For questions 16-20, read the extract ignoring the missing parts (A-F). Then look at the missing parts and fill them in the gaps. There is one extra you do not need.**

Throughout the history 16.\_\_\_\_\_, many practitioners have claimed that public relations advocates operate in a court of public opinion that is similar to a court of law. There are three 17.\_\_\_\_\_ of a supposed court of public opinion, however. First, not all organizations, interests, and publics have 18.\_\_\_\_\_ in the court. Those with the most money and power are represented best. Second, publics and

also the media generally do not have the opportunity to search for all the information they need to put the positions of advocates 19. \_\_\_\_\_. Third, the comparison of public relations people with lawyers is a poor one at least the comparison with trial lawyers. Kruckeberg (1992) instead compared the public relations person to a 20. \_\_\_\_\_—a professional whose job is to repair bad organizations rather than to defend them. Bivins (1989) pointed out, similarly, that not all lawyers are advocates. Corporate lawyers, for example, are counsellors who work to keep corporations out of trouble rather than to defend them once they are in trouble. The court of public opinion, therefore, does not automatically make asymmetrical public relations ethical, and a symmetrical role of counsellor rather than advocate is easier to defend on ethical grounds.

- A. of public relations                      B. equal representation    C. into perspective  
D. major criticisms                      E. for example                      F. “rehabilitating social worker”

**Task IV. Match the terms from the active vocabulary (21-25) on the left with appropriate definitions (a-f) on the right. There is one extra definition you do not need.**

|                   |                                                                                                                                           |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 21. Alliterations | a) The relations between a brand and an influencer. The influencer produces content for the brand in exchange for compensation            |
| 22. Collaboration | b) The number of times a specific content is exposed to an audience                                                                       |
| 23. Ethos         | c) The conspicuous repetition of identical initial consonant sounds in successive or closely associated syllables within a group of words |
| 24. Impressions   | d) An appeal to the emotions of the audience                                                                                              |
| 25. Pathos        | e) An appeal to logic and reason                                                                                                          |

|  |                                                        |
|--|--------------------------------------------------------|
|  | f) An appeal to the writer's credibility and character |
|--|--------------------------------------------------------|

**Task V. For questions 26-32, choose the correct preposition or particle if necessary.**

26. Bowen's Model for ethical decision-making is specifically designed to help \_\_\_\_\_ issues management.

27. This model helps a PR professional make correct decisions \_\_\_\_\_ a management process in order to avoid ethical problems.

28. Questions that a professional should consider include "am I proceeding \_\_\_\_\_ a morally good will?"

...

**Task VIII. Change a word form to fill the gap.**

33. In \_\_\_\_\_ (to develop) countries, foreign ownership brings costs and benefits.

34. International Labour Organisation implies that non-exploitive forms of labour have been used in the \_\_\_\_\_ (to produce) of the goods sold under this labelling criterion.

35. A material source of wealth, \_\_\_\_\_ (to include) fresh water and oil or mineral deposits, occurs in a natural state and has economic value.

...

**Task VIII. For questions 38-42, identify rhetorical strategies: logos (L), pathos (P) and ethos (E).**

38. Authority of the speaker.

39. Appeal to the arguments.

...

**Task IX. For questions 43-50, put the verbs in brackets into the correct form (Narrative tenses and Conditionals).**

43. Martha was feeling very bad after she \_\_\_\_\_ (to run) away from her own wedding with Glen.

44. She wondered, what would her mother \_\_\_\_\_ (to say) about all this if she were alive.

45. If her mother \_\_\_\_\_ (to be) there, maybe she wouldn't have had the chance to slip away.

...

## **WRITING**

**Task X.** Story selling is a type of sales strategy where sales and marketing professionals seek to tell stories that highlight the benefits of a product or service, rather than discussing its prices, product models, product features or uses. Story selling works by acquiring real stories from customers about how a product or service helped them. However, story selling can also work by developing fictional narratives that show customers how they can benefit from purchasing and using a product or service.

**Write a selling product story (200-250 words) using the storytelling techniques and persuasive language devices to make your story more engaging and more persuasive.**

**Task X. Your task is to write a “How I turned my weakness into my strength” story that might help you feel heard and recognized.**

For all human beings a key part of identity development is storytelling. The stories we tell about what we see, hear, and experience help us to construct our own unique identities as well. These stories also allow us to communicate who we are to other people. They form what psychologist Daniel McAdams calls a narrative identity. Narrative identity is an individual's life story. It combines memories from the past with our stories about the present and our imagined future. McAdams describes



narrative identity as an internalized story you create about yourself—your own personal myth.

Criteria (5 points - TOTAL):

1 point - Creativity. Style. Originality: The piece shows a freshness of imagination, creativity, and individuality. A student uses literary devices (metaphors, similes, hyperboles and etc.) to create a special effect in his/her writing.

1 point - Plot Structure: The sequence of events (narrative structures), dialogues (if necessary), and emotional movements are well crafted.

1 point - Quality of Writing. Coherence and Cohesion: Organization is logical, coherent, and effective. A student uses cohesion in such a way that it attracts no attention. Sentence fluency is smooth and expressive.

1 point - Quality of Writing. Lexical Resource: Word choice is specific and memorable. A student uses a wide range of vocabulary with very natural and sophisticated control of lexical features. Rare minor errors occur only as ‘slips’.

1 point - Quality of Writing. Grammatical Range and Accuracy: A student uses a wide range of structures with full flexibility and accuracy.

### **Task X.**

Company newsletters allow you to keep all employees informed about what’s going on in the company as well as boost their morale and productivity. An internal newsletter is not just an email marketing trick; they’re also the perfect solution for keeping teams across the entire organization informed. They work especially well in larger companies where teams are divided or spread out all over the world. Team members might eventually depend on your company newsletter to stay on top of what’s going on at work.

**Write an internal company newsletter (180-200 words) giving news and describing future plans.**

| Listening |                |        |               | Reading |          | Lexis & Grammar |          |        |          |        |      |        |                      |        |          |        |                                        |
|-----------|----------------|--------|---------------|---------|----------|-----------------|----------|--------|----------|--------|------|--------|----------------------|--------|----------|--------|----------------------------------------|
| Task 1    |                | Task 2 |               | Task 3  |          | Task 4          |          | Task 5 |          | Task 6 |      | Task 7 |                      | Task 8 |          | Task 9 |                                        |
| 1         | <b>T</b>       | 6      | ignor-<br>ing | 1<br>1  | <b>B</b> | 16              | <b>A</b> | 21     | <b>C</b> | 26     | with | 3<br>1 | devel-<br>oping      | 36     | <b>E</b> | 41     | had<br>run                             |
| 2         | <b>F</b>       | 7      | upset         | 1<br>2  | <b>A</b> | 17              | <b>D</b> | 22     | <b>A</b> | 27     | in   | 3<br>2 | pro-<br>duc-<br>tion | 37     | <b>L</b> | 42     | have<br>said                           |
| 3         | <b>T</b>       | 8      | grateful      | 1<br>3  | <b>E</b> | 18              | <b>B</b> | 23     | <b>F</b> | 28     | with | 3<br>3 | in-<br>clud-<br>ing  | 38     | <b>P</b> | 43     | had<br>been                            |
| 4         | <b>N<br/>S</b> | 9      | passion       | 1<br>4  | <b>C</b> | 19              | <b>C</b> | 24     | <b>B</b> | 29     | as   | 3<br>4 | per-<br>sua-<br>sive | 39     | <b>L</b> | 44     | hap-<br>pen                            |
| 5         | <b>T</b>       | 1<br>0 | explain       | 1<br>5  | <b>D</b> | 20              | <b>F</b> | 25     | <b>D</b> | 30     | by   | 3<br>5 | state-<br>ments      | 40     | <b>E</b> | 45     | had<br>not<br>told                     |
|           |                |        |               |         |          |                 |          |        |          |        |      |        |                      |        |          | 46     | knew                                   |
|           |                |        |               |         |          |                 |          |        |          |        |      |        |                      |        |          | 47     | valued                                 |
|           |                |        |               |         |          |                 |          |        |          |        |      |        |                      |        |          | 48     | would<br>ring                          |
|           |                |        |               |         |          |                 |          |        |          |        |      |        |                      |        |          | 49     | to<br>make                             |
|           |                |        |               |         |          |                 |          |        |          |        |      |        |                      |        |          | 50     | will/<br>would<br>your<br>father<br>do |

*В зависимости от уровня подготовки группы задания могут быть изменены.*

### Пример экзаменационного билета

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)**

Департамент английского языка и профессиональной коммуникации  
Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере»  
Факультет социальных наук и массовых коммуникаций  
Форма обучения: очная  
Семестр: 6  
Направление подготовки:

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №**

1. Прослушайте аудиотекст и выполните задания на его основе.
2. Выполните лексико-грамматические задания.
3. Напишите пресс-релиз или объяснительную или историю (storytelling) на основе предложенного задания
4. Защита проектной работы *«Анализ и усиление бренда социально-культурного объекта»*. Ответы на вопросы.

Подготовила:

Доцент

Н.В. Савченко

Утверждаю:

Руководитель Департамента английского языка  
и профессиональной коммуникации

\_\_ М.В. Мельничук  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **8.1 Основная литература**

## **Основная литература**

1. Зубков, А. Д. English for Public Relations and Marketing = Английский в сфере связей с общественностью и маркетинга: практикум : учебное пособие / А. Д. Зубков ; под редакцией Е. Ю. Выборновой. — Новосибирск : СГУПС, 2021. — 72 с. — ISBN 978-5-00148-241-3. - ЭБС Лань. — URL: <https://e.lanbook.com/book/270851> (дата обращения: 24.10.2023). — Текст : электронный.
2. Савченко, Н.В. PR Essentials: Digital Advertising and Communication: учебник по английскому языку для второго года обучения по направлениям "Реклама и связи с общественностью" / Н.В. Савченко, Н.Н. Дробышева, Е.Б. Манахова, Д.В. Агальцова; Финуниверситет, Департамент английского языка и профессиональной коммуникации. — Москва: Прометей, 2022. — 212 с. - Текст: непосредственный.
3. Ходырева, Е. Б. Advertising. Public relations manual : учебно-методическое пособие / Е. Б. Ходырева, Н. В. Капитула. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. — 41 с. — ЭБС Лань. — URL: <https://e.lanbook.com/book/144836> (дата обращения: 14.10.2023). — Текст : электронный.

## **Дополнительная литература:**

4. Business Partner. B2: Coursebook / I. Dubicka, M. Rosenberg, B. Dignen [et.al]. — Harlow: Pearson Education Limited, 2018. — 160 p. — Изд. на англ. яз. — ISBN 978-1-292-23356-7. — Текст: непосредственный.
5. Business Partner. B2+: Coursebook / I. Dubicka, M. Rosenberg, B. Dignen [et.al] - Harlow: Pearson Education Limited, 2019 - 160 p. - Текст : непосредственный.
6. Business Partner. C1: Your Employability Trainer: Coursebook / I. Dubicka, M. Rosenberg, B. Dignen [et.al]. — Harlow: Pearson Education Limited, 2020 — 176 p. — Изд. на англ. яз.- Текст : непосредственный.
7. Powell M. Dynamic Presentations: Student's Book / M. Powell. - Cambridge: Cambridge University Press, 2012, 2013. - 96 p. — Текст : непосредственный. -

ЭБ Финунивеситета. – URL: [http://elib.fa.ru/rbook/dynamic\\_presentations.pdf](http://elib.fa.ru/rbook/dynamic_presentations.pdf).  
(дата создания записи : 29.10.2019). - Текст : электронный. - Режим досту-  
па: полный текст доступен из сети Финуниверситета (чтение).

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Онлайн платформа издательства Pearson MyEnglishLab, (Business Partner B2, C1)
2. Электронные ресурсы БИК:
  - Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
  - Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
  - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОН-ЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
  - Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
  - Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
  - Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
  - Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
  - Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
  - Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
  - Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
  - Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу издательства Henry Stewart Talks <https://hstalks.com/business/>
  - Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection <https://hstalks.com/business/journals/>
  - CNKI. Academic Reference <https://ar.oversea.cnki.net/>
  - CNKI. China Academic Journals Full-text Database <https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ>
  - JSTOR Arts & Sciences I Collection <http://jstor.org>
  - Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>

- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
- Электронные коллекции книг и журналов издательства Springer: <http://link.springer.com/>
- База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Студентам при подготовке следует использовать нормативные документы Финансового университета, Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные приказом Финуниверситета от 11.05.2021 г. № 1040 (см. сайт Финансового Университета: на главной странице раздел «Наш университет»; далее «Единая правовая база Финуниверситета»), использовать методические рекомендации департамента.

Для успешного изучения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» студентам необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, а также методическими разработками по данной дисциплине, размещенными в данном ЭУКе.

**При подготовке к семинарам студенты должны:**

- выполнить домашние устные и письменные упражнения,
- выучить активную лексику по теме практического занятия,
- прослушать аудиокурс и выполнить упражнения на его основе,
- подготовить презентацию по изучаемой теме

- повторить материал, изученный ранее.

**Цель практических (семинарских) занятий** – формирование коммуникативных компетенций обучающихся в области профессионального общения и способности применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности.

Для достижения этой цели используются основные виды учебной деятельности, необходимые на занятиях при изучении иностранного языка:

- **Обучение чтению**

Цель: научиться извлекать и анализировать информацию из текста.

Обучающиеся самостоятельно изучают предложенные тексты по темам дисциплины и выполняют различные задания на основе текстов. Проверка полученных знаний осуществляется на практическом занятии.

- **Обучение грамматике**

Цель: научиться грамматически правильно использовать данное грамматическое явление в устной и письменной речи.

Упражнения проверяются на практических занятиях.

- **Обучение говорению**

Цель: формирование умений и навыков устной подготовленной и неподготовленной профессионально ориентированной речи с целью использования соответствующих навыков в профессиональных дискуссиях, конференциях, переговорах, интервью и др.

- **Обучение письму**

Цель: формирование умений письменной реализации коммуникативных намерений; перевод с иностранного языка на русский и с русского языка на иностранный информации, относящейся к профессиональным сферам и ситуациям общения.

- **Обучение аудированию**

Цель: формирование умений понимания монологической и диалогической речи делового, узкоспециального и научного характера на слух, как при непосредственном общении, так и в записи; развитие навыков построения собственного текста на основе прослушанной информации.

Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» – это комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих студенту бакалавриата оптимальным образом организовать процесс подготовки к зачету или экзамену, обеспечить навигацию обучающихся в процессе изучения дисциплины. Рекомендации ориентированы на обеспечение эффективности учебного процесса по изучению дисциплины и подготовку студента к коммуникации в общекультурном, общезыковом и профессиональном поле деятельности.

### **Методические рекомендации для обучающихся об использовании ЭУК при подготовке к практическим занятиям и текущему и рубежному контролю**

Электронный учебный курс (ЭУК) – это учебно-методические материалы, которые помогают студентам осваивать дисциплину. В ЭУКе размещена программа дисциплины (РПД), методические рекомендации по изучению дисциплины, информация о преподавателях, а также критерии оценивания.

Одним из основных разделов ЭУКа является перечень тем в соответствии с РПД, которые необходимо изучить студенту. По каждой теме размещены учебно-методические материалы для отработки грамматических структур и видов письменных заданий, введения и закрепления новой профессиональной лексики, а также задания на аудирование и говорение.

В разделе «Контроль» размещены материалы для самостоятельной подготовки студентов к текущему и рубежному контролю по дисциплине, например, образцы контрольных работ и экзаменационных билетов.



В разделе «Дополнительные материалы» размещены презентации, список литературы, справочные и демонстрационные материалы и другие учебно-методические материалы для более углубленного изучения дисциплины.

Работа с ЭУКом помогает студентам осваивать дисциплину и применять полученные знания и навыки в профессиональном общении на английском языке.

### **Методические указания по подготовке мультимедийной презентации**

Хорошая презентация помогает понять выступающего: она помогает удерживать внимание слушателей. Хорошую презентацию отличает внятное изложение и хорошая подача материала. Самую важную часть работы по подготовке презентации можно сделать на бумаге, не включая компьютер. Сначала нужно выбрать тему (если она строго не задана преподавателем), затем определить цель презентации и распределяете аргументы в нужном порядке. Теперь можно включать компьютер и искать картинки для презентации. Не стоит начинать с поиска картинок. Они уведут от цели. Если у вас мало времени, картинки можно вообще не искать. Черный текст на белом фоне, будучи осмысленным, помогает доносить мысль и без картинок.

**Тема.** Тема должна быть достаточно узкой, чтобы в конце предложить решение проблемы или сделать четкий вывод. Сужайте тему до тех пор, пока презентация не уложится в 10 коротких пунктов. Хорошо сформулированная тема сама подсказывает структуру выступления.

**Цель.** Цель презентации должна быть конкретной. Формулировка цели начинается с вопроса: что я хочу изменить в поведении, мировоззрении слушателей или какой пробел в их знаниях я хочу восполнить. Например, «Я хочу, чтобы мои слушатели поняли значимость корпоративной этики». Ясная цель определяет точное содержание и облегчает подбор аргументов.

**Сценарий.** Образно говоря, цель презентации — это то, что вы хотите изменить в голове слушателя, а сценарий — это то, как вы к этому придете.

нениям. С первого слайда аудитория должна понимать, что именно она сейчас узнает. На слайде «Содержание» следует прямо указать, что будет дальше. В хорошей презентации всегда присутствует интрига, тезис и антитезис, чтобы слушатели могли взглянуть на проблему с разных сторон. Плохая презентация заканчивается словами «это всё». Вместо этого нужно дать краткое резюме или вывод. Чтобы подготовить сценарий, можно использовать ментальные карты. Для их создания существуют разные сервисы, например, MindMeister и Xmind.

**Примеры.** Теория и практические примеры в презентации должны быть сбалансированы. Реальные истории людей и компаний, скриншоты программ и т.д. всегда выглядят интересно и убедительно.

**Слайды.** Чередуйте слайды с текстом и изображениями, не забывайте про графики. От очень «креативных» слайдов с большим количеством анимации серьезная аудитория быстро устает.

**Завершение.** Плохое выступление заканчивается так: «Это все, теперь вопросы». Хорошая презентация заканчивается инструкцией или выводом. Можно сказать, где найти дополнительную информацию.

**Цветовое оформление.** В презентации должно быть 1–2 основных цвета. Например, для фона, текста и иконок. Не меняйте цвета без необходимости. Если вы делаете корпоративную презентацию, используйте фирменные цвета. Если фирменных цветов нет, воспользуйтесь сайтами по подбору цветов, например, <https://flatuicolors.com/>.

**Контрастность.** Используйте контрастные цвета. Самый большой контраст: черный и белый. Остальные можно проверить с помощью сервиса проверки контрастности.

**Меньше шрифтов.** Для создания презентации вполне достаточно одного шрифта. Возьмите современный шрифт без засечек: Open Sans, Roboto, PT Sans. Это простые бесплатные шрифты, которые легко читать. Акценты можно делать, меняя насыщенность шрифта.

**Правило третей.** Это правило создания презентаций помогает расположить объекты на слайде так, чтобы глаз сразу выделял самое важное. Разделите слайд на трети вдоль и поперек. Значимые объекты располагайте на пересечениях. Значимые объекты — это заголовки и иллюстрации.

**Текст на слайде.** Один слайд — одна мысль. Такой слайд легко прочитать и запомнить. Он будет поддерживать внимание аудитории. Сколько именно текста будет на слайде, зависит от размера аудитории. При аудитории в сто человек, читать больше десяти слов на слайде будет уже трудно.

**Количество слайдов в презентации.** Простое правило, которое можно взять за основу при создании презентаций — один слайд в минуту.

**Изображения.** Фотографии и иконки помогают раскрыть содержание, но не должны его заменять. Если вы нашли красивую фотографию «в тему», которая не помогает раскрыть мысль, не используйте ее.

**Однотипность слайдов.** В презентации все элементы должны быть однотипными. Сделайте несколько шаблонов для каждого типа слайдов: слайд с текстом, с изображением, графиком. Дальше просто изменяйте только текст и изображения. Презентация, где однотипные элементы занимают одно и то же место на каждом слайде, выглядит аккуратно.

**Подготовка к выступлению.** Двигаясь по карте или плану, начните наговаривать (важно: не писать!) текст основной части. Тренируйтесь до тех пор, пока речь не станет для вас ясной, простой и понятной. Вот теперь — слайды. Когда вы наговаривали текст основной части, то уже поняли, как именно должна быть проиллюстрирована ваша речь. Сложные места иллюстрируйте графиками, используйте больше примеров. Продумайте вступление и финал. Не игнорируйте их, они крайне важны для речи. Их можно написать и заучить.

#### Структура презентации

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Greeting, Name, Position</b> | Good morning. My name's (...). I'm the new Finance Manager.<br><br>Ladies and gentlemen. It's an honour to have the opportunity to address such a distinguished audience.<br><br>Good morning. Let me start by saying just a few words about |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              | <p>my own background. I started out in ...</p> <p>Welcome to Standard Electronics. I know I've met some of you, but for the benefit of those I haven't my name is ...</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Signposting phrases<br/>Title/Subject</b> | <p>The topic I'd like to talk (to you) today about ...</p> <p>In my presentation I'd like to review ...</p> <p>In my presentation I'll be proposing ...</p> <p>I'm going to present the recent ...</p> <p>explain our position on ...</p> <p>brief you on ...</p> <p>inform you about ...</p> <p>describe ...</p> <p>The subject of my presentation is ...</p> <p>The topic of my presentation is ...</p> <p>The subject of my talk (paper, speech) is ...</p> <p>My presentation is entitled ...</p> <p>I'd like to give you an update on ...</p>                                                                       |
| <b>Reference to the audience</b>             | <p>I can see many of you are aware of ...</p> <p>You all look as though you've heard this before.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Duration</b>                              | <p>My presentation will last for about five minutes.</p> <p>I know that time is short, so I intend to be brief.</p> <p>I'll talk for about three minutes.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Main points</b>                           | <p>I've divided my presentation into four parts/sections. They are ...</p> <p>I'm going to develop three main points in my presentation:</p> <p>Firstly, ...</p> <p>Secondly, ...</p> <p>Thirdly, ...</p> <p>Finally, ...</p> <p>The subject can be looked at under the following headings: ...</p> <p>We can break this area down into the following fields:</p> <p>Firstly/first of all ...</p> <p>Secondly/then/next ...</p> <p>Thirdly/and then we come to ...</p> <p>Finally/lastly/last of all ...</p> <p>I'll be developing three main points. First(ly)..., Second(ly)..., Lastly (And I'll finish with...).</p> |
| <b>Questions</b>                             | <p>Please, stop me if you have any questions.</p> <p>If you have any questions, I'd be pleased to answer them at the end of the presentation.</p> <p>I'd be glad to answer any questions at the end of my talk.</p> <p>If you have any questions, please feel free to interrupt.</p> <p>Please, interrupt me if there is something which needs clarifying.</p>                                                                                                                                                                                                                                                           |

|                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              | Otherwise, there'll be time for discussion at the end.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Signalling phrases</b>                    | <p><u>Introducing your first point:</u><br/> To start with, then, I'd like to consider...<br/> First of all, I'd like to look at...<br/> Finishing the point:<br/> That's all I have to say about...<br/> These are the main points on ...<br/> So that's the general picture for... and now let's look at...<br/> That completes my overview of... so now I'd like to move on to...<br/> That was my first point.</p> <p><u>Starting a new point:</u><br/> Now let's turn to...<br/> I'd like now to consider...<br/> Next we come to...<br/> The next point I'd like to make is...<br/> If I could now turn to...<br/> Now, turning to...<br/> Let me now turn to/move on to...</p> <p><u>Referring to what you have said:</u><br/> As I said at the beginning...<br/> I told you a few minutes ago that...<br/> In the first part of my talk I said...<br/> Referring to what you will say:<br/> I'll come to that later.<br/> I'll return to that point a few minutes later.</p> <p><u>Rhetorical questions:</u><br/> What's the explanation for this?<br/> What can we do about it?<br/> How will this affect us?</p> <p><u>Highlighting information:</u><br/> 1. stressing an auxiliary verb. – It is costing much money.<br/> 2. do, does, did. – We do see a need for change.<br/> 3. changing the normal word order.<br/> e.g. We are suggesting... - What we are suggesting...<br/> I'm proposing... - What I'm proposing...</p> |
| <b>Summarizing phrases</b><br><b>Summary</b> | Let me just run over the key points again.<br>I'll briefly summarize the main issues.<br>To sum up...<br>Briefly...<br>So to summarize...<br>At this stage I'd like to go over/run through the main points I made.<br>So now I'd just like to summarize the main points.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Conclusion</b>                            | As you can see, there are some very good reasons...                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|                  |                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  | In conclusion...<br>I'd like to leave you with the following thought / idea.<br>In conclusion, I think ...<br>That brings me to the end of my presentation.<br>That completes my presentation.<br>That is the end of my presentation.  |
| <b>Questions</b> | I'd be glad to try and answer any questions.<br>So, let's throw it open to questions.<br>Any questions.<br>If you have any questions, I'll be happy to answer them now.<br>If there are any questions, I'll be pleased to answer them. |
| <b>Thanking</b>  | Thank you for your attention<br>Thank you for listening<br>I hope you have gained an insight into ...                                                                                                                                  |

### **Методические рекомендации по подготовке к дискуссии**

**Дискуссия** — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

**Задача дискуссии** - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

**Групповая дискуссия.** Для проведения такой дискуссии все студенты, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

#### **Для проведения дискуссии необходимо:**

Выбрать тему дискуссии, ее может предложить как преподаватель, так и студенты.

Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

Подобрать литературу.

Выписать тезисы.

Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методика проведения:

1. Группа делится на мини-группы по 3-4 человека. В группе определяются спикер, оппоненты, эксперты.

Спикер занимает лидирующую позицию, организует обсуждение на уровне группы, формулирует общее мнение малой группы.

Оппонент внимательно слушает предлагаемые позиции во время дискуссии и формулирует вопросы по предлагаемой информации.

Эксперт формирует оценочное суждение по предлагаемой позиции своей малой группы и сравнивает с предлагаемыми позициями других групп.

2. Каждая группа обсуждает позицию по предлагаемой для дискуссии теме в течение отведенного времени.

Задача данного этапа – сформулировать групповую позицию по теме для дискуссии.

3. Проведение дискуссии. Заслушивается ряд суждений, предлагаемых каждой группой. После каждого суждения оппоненты задают вопросы, выслушиваются ответы авторов предлагаемых позиций. В завершении дискуссии формулируется общее мнение, выражающее совместную позицию по теме дискуссии.

4. Подведения итогов. Эксперты предлагают оценочные суждения по высказанным позициям своих групп, осуществляют сравнительный анализ первоначальной и окончательной позиции, представленной своей группой во время дискуссии.

5. Преподаватель дает оценочное суждение окончательно сформированной позиции во время дискуссии.

**Принципы работы на интерактивном занятии в форме дискуссии:**

- ✓ Каждый участник дискуссии по любому вопросу имеет право на собственное мнение.
- ✓ Отсутствие прямой критике личности, критике может подвергнуться только идея.
- ✓ Все, что обсуждается и говорится во время дискуссии – не руководство к действию, а информация к размышлению.

### **Методические указания по проведению кейс-анализа**

Значительный интерес представляет использование при обучении иностранному языку кейс-анализа, то есть анализа учебных конкретных ситуаций, специально разрабатываемых на основе фактического материала с целью последующего разбора на аудиторных занятиях.

Кратко кейс можно определить как проблему, требующую решения. Другими словами студентам дается исходная информация, относящаяся к проблеме, требующей решения. Студентам нужно систематизировать и проанализировать текстовые материалы, сделать Интернет-запрос для уточнения деталей расследования и т. п.

Анализ кейса предполагает выполнение студентами следующих 8 шагов:

1. Ознакомление с текстом для достижения общего понимания, понимания сути проблемы и ознакомления с основными персонажами с различными точками зрения. Написание Summary , т.е. отработка навыка «ужимать» текст.
2. Формулировка проблемы с точки зрения интересов бизнеса, а не конкретного персонажа, группы или договаривающейся стороны.
3. Составление списка «действующих» лиц (Cast of Characters) с краткой характеристикой каждого.
4. Установление хронологии событий (как события развиваются во времени).
5. Составление списка проблем (issues), связанных с основной, отграниченный в порядке значимости этих проблем.



6. Предложения (Options) возможных путей решения проблемы и обоснование (изложение «плюсов» и «минусов») – предложенных путей должно быть несколько.
7. Рекомендации по актуализации (претворению путей решения проблемы в жизнь).
8. Пошаговый план действия.

Результаты необходимо представить либо в форме письменной аналитической записки, либо в виде мультимедийной презентации.

При обсуждении кейса возможна дискуссия, в ходе которой студенты вырабатывают и принимают коллективное решение.

### **Методические указания по подготовке и проведению ролевой/ деловой игры**

#### **Подготовительный этап**

- изучение «сценария» с определением преподавателем цели, содержательной стороны игры, знакомство с правилами, регламентом;
- коллективное, либо непосредственно с участием преподавателя распределение ролей участников, инструктаж по ролям, формирование малых групп;
- подготовка материального обеспечения игры (если в этом есть необходимость).

#### **Рабочий этап (разыгрывание ролей)**

- групповая работа над заданием;
- межгрупповая дискуссия (если того требует сценарий), определение групповой позиции по обсуждаемому вопросу;
- защита (презентация) результатов, выражающих совместную позицию малой группы по теме обсуждения.

#### **Заключительный этап**

- формулировка общих выводов по результатам группового анализа ситуации, подведение итогов;

- оценка работы малых групп преподавателем (самооценка участников дискуссии с их собственными комментариями).

### **Методическая справка по написанию нарративного изложения (сторителлинга) и подготовке мультимедийного сторителлинга**

Сторителлинг (англ. storytelling) - это нарративное изложение. Нарративным изложением называют явление, которое сочетает в себе как свойства журналистики, так и свойства художественной литературы: с одной стороны, оно обращается к социально значимым темам, имеет фактографическую точность; с другой стороны, представляет собой интересные, захватывающие истории, написанные понятным и живым языком, имеет драматический сюжет, в котором звучит голос автора.

Сторителлинг — недавно появившаяся PR-технология, помогающая создавать яркие, «вовлекающие» тексты разных жанров. «Вовлекающие», т. е. вызывающие эмоциональный отклик, «заражающие» сочувствием, убеждающие — и, в конечном счёте, коммерчески «работающие». Современная реклама перестаёт быть агрессивной — её можно уподобить «волку в овечьей шкуре»: она мягко и убедительно подталкивает потенциального потребителя к «правильному» решению, заражая его соответствующими эмоциями по отношению к предлагаемому товару / услуге. Можно рассматривать сторителлинг как технологию маркетинговых коммуникаций, а сами «истории» — как разновидность нативной рекламы. [Боева Галина Николаевна СТОРИТЕЛЛИНГ КАК НОВАЯ PR-ТЕХНОЛОГИЯ // Вестник ПГУ им. Шолом-Алейхе-ма. 2020. №2 (39). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-novaya-pr-tehnologiya> (дата обращения: 20.12.2022).]

Выделяют три вида сторителлинга:

- 1) устный сторителлинг относится к публичным выступлениям, и здесь, помимо вербальных средств, важны жестикуляция, мимика, поза, взгляд, эмоции оратора;

- 2) письменный сторителлинг активно используют маркетологи, копирайтеры, блогеры. В этом виде сторителлинга нужно уметь именно с помощью текста удерживать внимание аудитории, что достаточно не просто;
- 3) мультимедийный сторителлинг — это самый популярный вид сторителлинга на данный момент, так как сочетает в себе и текст и мультимедийные элементы. Именно его используют в онлайн-медиа, в социальных сетях. Также им активно пользуются в видео-контенте (например, блогеры в YouTube, в Instagram).

Рассказывание историй (storytelling) - сложная дискурсивная деятельность, требующая интеграции и взаимодействия различных типов знания. Обычно storytelling ассоциируется с развлекательной функцией, однако истории несут в себе и другие функции, являясь по своей сути отражением социальных ценностей, убеждений и целей, которые мотивируют человеческую интеракцию. В основе историй лежит последовательность событий, отражающая некоторые затруднительные положения, с которыми сталкиваются люди (живые существа), и различные способы, посредством которых они преодолевают возникающие трудности. Большинство историй начинается с событий и каких-то значительных условий, меняющих привычный образ жизни протагониста и вынуждающих его к принятию решений и действий для достижения важной для сложившейся ситуации цели [Юрьева Н.М. Когнитивный подход в исследованиях устного нарратива в онтогенезе // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2016. – С. 24-27. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-podhod-v-issledovaniyah-ustnogo-narrativa-v-ontogeneze>].

Критериями эффективности рассказа являются:

- 1) наличие идеи;
- 2) наличие героя;
- 3) актуальность – связь с реальной жизнью;

- 4) соблюдение структуры рассказа - сюжет (фабула, ситуация, мотив, конфликт), завязка, описание, кульминация и развязка;
- 5) логическая связь эпизодов истории;
- 6) стиль повествования (монолог или диалог, языковые средства выразительности (риторические тропы), стилистические приемы, способы убеждения и другие приемы влияния);
- 7) учет целевой аудитории;
- 9) эмоциональный фон рассказа.

Мультимедийный сторителлинг — это медиаинструмент, который используется для создания медиатекста и подразумевает создание мультимедийного проекта с использованием нарративного образного повествования и различных вспомогательных аудио-визуальных элементов, в результате чего автор создаёт уникальную историю, вовлекая аудиторию в сложные многоаспектные темы.

Можно выделить основные принципы работы с мультимедийным сторителлингом:

- 1) важно продумать логичную структуру;
- 2) сторителлинг — это работа с эмоциональным и психологическим вовлечением аудитории в сложные и многоаспектные темы;
- 3) в основе должна лежать интригующая, увлекающая история;
- 4) использование мультимедийных элементов должно быть тщательно продумано, и абсолютно каждый элемент должен помогать рассказывать историю и увлекать аудиторию;
- 5) в мультимедийном сторителлинге должны обязательно быть герой (или герои), через которых раскрывается тема истории;
- 6) должна быть драматургия, какой-то конфликт;
- 7) важно вызвать сопереживание, соучастие аудитории, именно так можно удержать внимание до конца, создать условия, при которых человек будет вместе с героями истории искать выход из ситуации, анализи-

ровать, и, возможно, даже совершать какие-то важные действия для развития истории в реальной жизни;

8) возможна «открытая концовка», которая даёт возможность для различных интерпретаций и самостоятельных выводов читателей;

9) визуальная составляющая должна быть хорошо проработана. Только так сторителлинг будет максимально эффективен.

Онлайн-инструменты для создания историй:

1. Voicethread, Vocaroo — аудиозапись истории.
2. Befunky — создание коллажей, серии картинок.
3. Superlame — создание облаков с текстом.
4. Wordcloud — создание облаков со словами .
5. Zimmertwins — создание анимационной истории.
6. Toondoo — создание комиксов.
7. Storybird — создание истории в виде книги.
8. Slidestory — наложение звука на картинку.

Типичные ошибки: разница между продаваемым текстом и продающаяся история

Подробнее об основных приемах сторителлинга: <https://sales-generator.ru/blog/storitelling/>  
<https://1ps.ru/blog/texts/2020/ni-v-skazke-skazat-ni-perom-opisat-ili-chto-takoe-storitelling-i-s-chem-ego-edyat/>

### **Методические указания к написанию доклада (Report writing)**

С помощью доклада мы описываем, анализируем, критикуем исследование или просто какие-то данные. Написание доклада на английском часто включается в программу международных экзаменов. Более того, это неотъемлемая часть не только научной, но и деловой жизни.

**Темы для докладов.** Если в основе эссе лежат общие теоретические вопросы, то такой вид письменной работы, как доклад, является описанием проведен-

ных экспериментов, опросов, иногда сравнением разных вариантов какой-либо ситуации, даже просто обзором. Очень часто доклад заканчивается практическими рекомендациями.

**Что писать в докладе?** Вся информация в докладе должна основываться только на описании и анализе реальных событий или общепринятой практики. Доклады могут предполагать рекомендации на будущее и прогнозы, однако и те, и другие должны иметь какую-то основу. Доклад – это только фактические данные, а не сочинение на вольную тему.

**Структура доклада.** Доклад должен быть четко структурирован: разделен на определенные части, каждая из которых имеет подзаголовок. В учебных заведениях и крупных компаниях готовят доклады с маркированными списками, таблицами, иллюстрациями, диаграммами. Все это только приветствуется и может быть свободно использовано в докладах.

Доклад может быть написан как от первого, но чаще от третьего лица, это зависит от контекста и целевой аудитории. Отдавайте предпочтение простой грамматике, которая при этом помогает выразить объективное мнение: пассивный залог, безличные конструкции и т. д. Информация должна быть изложена просто и четко. Убедитесь, что вы знаете точное значение каждого слова. Не вносите в доклад информацию, без которой можно обойтись. Употребляйте распространенные слова и словосочетания. Следите за размером предложений: они не должны быть слишком сложными, с огромным количеством речевых оборотов и объяснений. Обязательно используйте в докладе слова-связки (linking words).

Доклад имеет стандартную структуру, которую нужно взять за основу. В любом докладе должно быть 5 элементов:

1. **Introduction** (вступление). В этой секции нужно кратко описать предмет доклада, привести причины, почему вы занимаетесь именно этим вопросом, и можно сделать небольшой обзор других исследований по теме. Вступление – это презентация цели и предмета, т.е. читатель должен понять, что ему ожидать от работы. Здесь должно быть краткое изложение

основных идей (summary ).В начале доклада можно воспользоваться такими фразами:

- The aim/purpose of this report is to examine/evaluate/describe/outline the positive and negative features of two different phenomena... – Цель этого доклада – изучить/оценить/описать/выделить положительные и отрицательные черты двух разных явлений...
  - This report aims to provide an overall view of the situation below. – Цель этого доклада – дать полное представление о ситуации.
  - It will also include/consider/suggest/recommend... – Он также будет включать/рассматривать/предлагать/рекомендовать...
  - The report is based on a survey conducted among college students. – Этот доклад основан на опросе, проведенном среди студентов колледжа.
  - It is generally accepted that... – Общепринято, что...
2. **Methods** (методы исследования). Дайте ответы на такие вопросы: «Как проводилось исследование?», «Какие инструменты и приемы были использованы?».
3. **Results** (результаты). Здесь необходимо описать, что вы обнаружили в результате исследования, и написать, насколько результаты точны и с чем это связано.
4. **Discussion** (обсуждение) – обсуждение основных моментов, комментарии об эффективности исследования. Язык должен быть также сдержанным и убедительным. Полезные фразы:
- The vast majority of... – Подавляющее большинство...
  - This is probably due to the fact that... – Вероятно, это происходит потому, что...
  - One measure which may improve the situation would be to introduce... – Одной из мер, которые могут улучшить ситуацию, станет внедрение...
  - I would recommend that the company (college) should...(do...) – Я рекомендую компании (колледжу)... (сделать...)

5. **Conclusions** (выводы). Последняя часть – подведение итогов и предложения для последующих исследований, касающихся темы доклада. Подвести итоги можно такими словами:

- In the light of the results of the survey, I strongly advise... – Ввиду результатов опроса я настоятельно советую...
- It appears that... – Оказалось, что...
- In conclusion / On balance / To sum up... – В заключение / В итоге...

В полноценном докладе также должен быть список использованной литературы. Могут присутствовать и другие части, это зависит от предмета и цели доклада. Соответственно, если мы имеем дело с кратким докладом, например, на экзамене, необходимо продемонстрировать не столько знание выбранной темы, сколько в целом понимание того, что такое доклад и из каких частей он состоит. Так, описанные выше части доклада на экзамене немного упрощаются, и выглядят так:

- Introduction – вступление.
- Reasons why you are writing (write about facts) – причины, побудившие вас писать об этом (сообщите факты).
- Suggestions to solve a problem (a kind of discussion) – предложения и способы решения проблемы (аналог обсуждения).
- Conclusion – выводы.

### **Методические рекомендации по подготовке к опросу**

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к опросу на семинарских занятиях (см темы и литературу). Для этого обучающиеся должны изучить основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Эффективность подготовки к опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара, в учебнике или другой рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины.



плины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам.

### **Методические рекомендации по устному реферированию текста**

Устное реферирование текста представляет собой обобщенное сжатое изложение существенной информации, представленной в тексте. К существенной информации относятся тема, основная мысль текста, основное содержание. Реферирование заключается в выборке из всего массива информации ключевых моментов и их фиксировании.

Краткое и точное изложение основного содержания текста осуществляется на основе смыслового и логического анализа текста, что отличает устное реферирование от пересказа или воспроизведения фактических сведений и деталей, приведенных в тексте. Важнейшим условием успешного реферирования является следование правилу «прочитать, понять, осмыслить», благодаря которому возможно создать семантически адекватный текст реферата. Понимание и осмысление содержания текста включают в себя анализ с целью разделения информации по степени значимости для раскрытия основной мысли текста, и синтез, целью которого является установление связи между значимыми компонентами текста.

Процесс реферирования текста первичного документа (статьи и т.п.) можно разбить на три этапа:

**1.** Чтение исходного текста и его анализ (обычно несколько раз) с целью детального понимания основного содержания текста, осмысления его фактической информации (изучающее чтение).

**2.** Операции с текстом первоисточника: текст разбивается на отдельные смысловые фрагменты с целью извлечения основной и необходимой информации каждого из них.

**3.** Свертывание, сокращение, обобщение, компрессия выделенной основной фактологической информации и оформление текста в соответствии

с принятой моделью.

### **Методические рекомендации по организации дискуссии/дебатов**

Дебаты — чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Эта разновидность публичной дискуссии, направленная на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга.

Дебаты призваны развивать логическое мышление, формировать умения задавать вопросы, отвечать в эмоционально-напряженной обстановке, обучать уважительному отношению к оппоненту при разных точках зрения. Дебаты считаются особенно эффективным методом учебного и научного поиска в моменты возникновения сложных проблемных ситуаций. В процессе дебатов появляется много альтернативных идей, предположений и гипотез.

Цель: развитие умений свободно и аргументированно излагать свою точку зрения по теме научного исследования на иностранном языке.

Задачи:

- достижение определенной степени согласия участников дебатов относительно дискутируемого тезиса.
- достижение убедительного обоснования содержания, не имеющего первоначальной ясности для всех участников дискуссии.
- формирование профессионального понятийно-терминологического аппарата на основе аутентичных источников по теме научного исследования.
- закрепление навыков организации устного выступления по теме научного исследования с использованием общенаучной и профессиональной терминологии.
- закрепление коммуникативных умений в области иноязычного восприятия речи на слух.

**Методика проведения:**

1. Группа делится на мини-группы по 3-4 человека. В группе определяются спикер, оппоненты, эксперты.

Спикер занимает лидирующую позицию, организует обсуждение на уровне группы, формулирует общее мнение малой группы.

Оппонент внимательно слушает предлагаемые позиции во время дискуссии и формулирует вопросы по предлагаемой информации.

Эксперт формирует оценочное суждение по предлагаемой позиции своей малой группы и сравнивает с предлагаемыми позициями других групп.

2. Каждая группа обсуждает позицию по предлагаемой для дискуссии теме в течение отведенного времени.

Задача данного этапа – сформулировать групповую позицию по теме для дискуссии.

3. Проведение дебатов. Заслушивается ряд суждений, предлагаемых каждой группой. После каждого суждения оппоненты задают вопросы, заслушиваются ответы авторов предлагаемых позиций. В завершении дебатов формулируется общее мнение, выражающее совместную позицию по теме дискуссии.

4. Подведения итогов. Эксперты предлагают оценочные суждения по высказанным позициям своих групп, осуществляют сравнительный анализ первоначальной и окончательной позиции, представленной своей группой во время дискуссии.

5. Преподаватель дает оценочное суждение окончательно сформированной позиции во время дебатов.

### **Критерии оценки:**

- полнота раскрытия темы;
- правильность использования грамматических и лексических конструкций;
- умение аргументировать свою точку зрения;
- умение задавать вопросы оппонентам и оппонировать;
- умение делать выводы.

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).**

**11. 1. Комплект лицензионного программного обеспечения:**

1. Windows, Microsoft Office.
2. Антивирус Kaspersky

**11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
2. Электронная энциклопедия по деловому английскому языку: <https://www.investopedia.com/>
3. Агентство финансово-экономических новостей: <http://www.bloomberg.com>
4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>

**11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

Указанные средства не используются

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Освоение дисциплины производится на базе учебных аудиторий для проведения учебных занятий всех видов. Для проведения практических занятий необходим компьютер мультимедийный с прикладным программным обеспечением и периферийными устройствами. Для самостоятельной работы необходимы помещения, оснащенные компьютерами с выходом в Интернет.