**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

Направление подготовки - **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Направленность (профиль) - **Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника - **Бакалавр**

**Цель** дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» **–** овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения коммуникативных задач профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе для создания рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы, а также для дальнейшего самообразования.

**Задачи дисциплины**:

* обеспечить овладение способностью к иноязычному общению в единстве всех его компетенций (языковой, речевой, социокультурной), функций и форм (устной и письменной);
* сформировать способность к использованию иноязычных коммуникативных компетенций для углубления знаний и обмена информацией в избранной профессиональной области;
* дать знания о системе изучаемого иностранного языка;
* дать знания об общепринятых способах организации коммуникационных кампаний и функционировании отделов по связям с общественностью за рубежом на основе аутентичных профессиональных материалов;
* обеспечить формирование готовности студентов к самостоятельному управлению своей учебной деятельностью;
* научить социокультурным и языковым нормам бытового и профессионального общения, а также правилам речевого этикета.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

Знать:

- основы речи, ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога в профессиональной сфере;

**-** стилистические особенности научного стиля речи (использование нейтральных, эмотивных и «маркированных» языковых средств);

**-** правила оформлениятекстов документов, таких как CV (резюме), эссе, официальное письмо;

**-** языковые средства выражения основных функций языка в соответствии с целевым уровнем владения и задачами профессионального общения;

- основные средства построения связного, логичного устного и письменного текста;

- лексические средства выражения основных понятий и категорий в сфере функционирования предприятий, рекламы, связей с общественностью, маркетинга;

- факты своей и иноязычной культуры;

**-** основные принципы PR проектирования, методы планирования и бюджетирования PR-кампании, а также методы оценки эффективности в сфере PR.

Уметь:

- говорить в среднем или быстром темпе, с высокой степенью грамотности и правильным интонационным и фонетическим оформлением (кроме особо сложных коммуникативных ситуаций);

- владеть навыками ведения дискуссии на общие и профессиональные темы;

- понимать собеседника (носителя языка) и выражать свою мысль без особых затруднений, лишь в отдельных случаях прибегая к помощи собеседника, распознавать ярко выраженный национальный акцент говорящего;

- читать специально подобранные оригинальные тексты профессионального содержания без словаря;

 - выразить свою точку зрения и привести соответствующие аргументы и объяснения, сделать соответствующие выводы;

- выразить своё отношение к точке зрения собеседника в соответствии социокультурными нормами общения, принятыми в данном языковом и профессиональном сообществе;

- уметь кратко изложить содержание прочитанного (услышанного) текста на основе кратких заметок, схем и т.д.;

- применять знание фактов своей и иноязычной культуры при работе в кросс-культурном пространстве;

- составить следующие виды документов: таких как CV (резюме), эссе, официальное письмо;

- составить план PR-кампании, подготовить презентацию основных её этапов, подготовить календарь мероприятий;

- подготовить и сделать короткое устное сообщение на профессиональную тему;

- подготовить краткие заметки для устного доклада на профессиональную тему;

- самостоятельно анализировать примеры коммуникационных кампаний**.**

Владеть:

- лингвистической компетенцией в соответствии с целевым уровнем владения иностранным языком и отобранной тематикой и ситуациями общения;

- социолингвистической и социокультурной компетенцией;

- эффективными методами и стратегиями поиска, отбора, переработки и систематизации профессиональной информации;

- эффективными методами и стратегиями планирования, организации, оценки результатов учебной, профессиональной и исследовательской деятельности.

 **Содержание дисциплины:**

1. Определение понятия «связи с общественностью». Содержание деятельности бакалавра по связям с общественностью.
2. Карьера в сфере рекламы и связей с общественностью.
3. Исследования в сфере связей с общественностью. Методы сбора данных. Модели реализации коммуникационных кампаний.
4. Коммуникационные кампании некоммерческих организаций.
5. Интегрированные коммуникации. Реклама.
6. Работа со средствами массовой информации.
7. Организация мероприятий.
8. Социальная и экологическая ответственность предприятий