

Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра иностранных языков

Рабочая программа по дисциплине

PR-ПРОЕКТИРОВАНИЕ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки

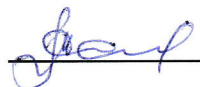
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Реклама и связи с общественностью

Квалификация:
Бакалавр

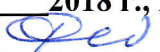
Форма обучения
Очная

Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с
общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
19 июня 2018 г., протокол № 4

Рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры иностранных языков
20 мая 2018 г., протокол № 7
Зав. кафедрой  Федорова Н.Ю.

Автор-разработчик:
 Федорова Н.Ю.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины «PR-проектирование на иностранном языке» – овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной, а также предметной (знания профессионального характера) компетенции для решения коммуникативных задач в сфере профессионального общения, формирование способности к профессиональной проектной деятельности.

Задачи дисциплины:

- дать знания об основных принципах планирования кампаний по связям с общественностью;
- обеспечить формирование способности самостоятельно во всех необходимых деталях разработать проект коммуникационной кампании, включая антикризисный PR, представить способы оценки её эффективности, аргументировать выбор стратегии и тактики при наличии нескольких вариантов;
- дать знания о структурных и стилистических особенностях доклада с электронной презентацией, эффективных стратегиях ее подготовки;
- научить основным стратегиям и приёмам подготовки презентации, правилам оформления слайдов;
- обеспечить формирование способности подготовить и провести презентацию PR кампании на иностранном языке, способности обсуждать профессиональные проблемы на иностранном языке, что предполагает владение умениями и стратегиями планирования содержания и структуры презентации, а также достаточное для осуществления данной задачи развитие коммуникативной компетенции.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «PR-проектирование на иностранном языке» относится вариативным дисциплинам программы бакалавриата по направлению 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина читается в восьмом семестре и является обязательной.

Базовыми для дисциплины «PR-проектирование на иностранном языке» являются следующие дисциплины: «Иностранный язык в профессиональной сфере», «Иностранный язык в бизнесе», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Связи с общественностью и реклама в сфере природопользования», «PR-проектирование».

Дисциплина призвана обеспечить уровень владения английским языком, достаточный для самостоятельного изучения иноязычных материалов при подготовке выпускной квалификационной работы. Дисциплина также вносит вклад в фор-

мирование умений, необходимых при подготовке к защите выпускной квалификационной работы с использованием электронной презентации.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины «PR-проектирование на иностранном языке» формируются следующие компетенции:

ОПК-1 - способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

ПК-15 - владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.

В результате освоения дисциплины «PR-проектирование на иностранном языке» бакалавр **должен знать:**

- основные этапы проведения PR кампании (ОПК-1);
- основные принципы планирования кампаний (стратегическое, тактическое, календарное и медиапланирование) (ОПК-1, ПК-15);
- правила оформления электронных презентаций (ОПК-1, ПК-15);
- основные средства построения связного, логичного устного и письменного текста (ПК-15);
- лексические средства выражения основных понятий и категорий в сфере функционирования предприятий, рекламы, связей с общественностью, маркетинга (ПК-15);

Бакалавр должен **уметь:**

- практически применять основные методы планирования и бюджетирования PR-кампании, а также методы оценки эффективности в сфере PR (ОПК-1, ПК-15);
- подготовить и сделать устный доклад с использованием электронной презентации (ОПК-1, ПК-15)

Бакалавр должен **владеть:**

- навыками ведения дискуссии на общие и профессиональные темы (ПК-15);
- принципами PR проектирования (ОПК-1, ПК-15);
- умениями и стратегиями письменной деловой коммуникации (ОПК-1, ПК-15);
- методами отбора и систематизации научно-практической информации (ОПК-1, ПК-15).

Соответствие уровней освоения компетенции ОПК-1 планируемыми результатам обучения и критериям их оценивания

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)				
	1.	2.	3.	4.	5.
минимальный	не владеет	плохо ориентируется в терминологии и содержании деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Владеет основными стандартными приемами и методами работы в области рекламы и связей с общественностью	Способен осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью	Способен осуществлять под контролем весь спектр профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью
	не умеет	не демонстрирует необходимых умений деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Умеет применять знания основ функционирования отдела рекламы и связей с общественностью на практике	Умеет применять знания основ функционирования отдела рекламы и связей с общественностью на практике, а также предложить собственные идеи по организации работы	Умеет применять знания основ функционирования отдела рекламы и связей с общественностью на практике идеи по организации работы, критически оценить их эффективность
	не знает	допускает грубые ошибки при анализе деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Знает основные рабочие категории, однако не ориентируется в их специфике	Демонстрирует знание и понимание основ функционирования отдела рекламы и связей с общественностью	Демонстрирует знание и понимание основ функционирования отдела рекламы и связей с общественностью
базовый	не владеет	плохо ориентируется в терминологии и содержании деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Владеет стандартными приемами работы в области рекламы и связей с общественностью	Способен применить не только стандартные методы работы, но и проявить авторский подход, предложить стратегию работы, оценить ее потенциальную эффективность	Способен применить не только стандартные методы работы, но и проявить авторский подход, предложить стратегию работы, оценить ее потенциальную эффективность. Способен сравнивать концепции, аргументированно излагает материал
	не умеет	не демонстрирует	Умеет применять	Умеет применить не только	Умеет применить не только стан-

		необходимых умений деятельности в области рекламы и связей с общественностью	знания основ функционирования отдела рекламы и связей с общественностью на практике	стандартные методы работы, но и проявить авторский подход, предложить стратегию работы, оценить ее потенциальную эффективность	дартные методы работы, но и проявить авторский подход, предложить стратегию работы, оценить ее потенциальную эффективность Способен сравнивать концепции, аргументированно излагает материал Аргументированно проводит сравнение концепций по заданной проблематике
	не знает	допускает много ошибок при анализе деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Знает основные рабочие категории, ориентируется в их специфике	Знает основные отличия концепций в заданной проблемной области	Способен сравнивать концепции, аргументированно излагает материал Способен выделить специфику концепций в заданной проблемной области
продвинутый	не владеет	в целом ориентируется в терминологии и содержании, но не способен сопоставить теоретические принципы и практические ситуации	Владеет стандартными приемами работы в области рекламы и связей с общественностью	Способен применять знания основ функционирования отдела рекламы и связей с общественностью на практике, а также предложить собственные идеи по организации работы	Способен грамотно обосновать собственную позицию относительно решения современных проблем в области функционирования отделов по рекламе и связям с общественностью
	не умеет	выделяет основные идеи, но не видит их в развитии	Умеет применять знания основ функционирования отдела рекламы и связей с общественностью на практике	Способен применять знания основ функционирования отдела рекламы и связей с общественностью на практике, а также предложить собственные идеи по организации работы	Свободно ориентируется в области функционирования отделов по рекламе и связям с общественностью. Понимает ее основания и умеет разработать стратегию действий, обосновать ее
	не знает	допускает ошибки при анализе в области функционирования отделов по СО	Знает основные рабочие категории, ориентируется в специфике современных идей в области функционирования отделов по СО	Знает основное содержание современных научных идей в области функционирования отделов по СО, способен их сопоставить	Может дать критический анализ современным проблемам в заданной области анализа

Соответствие уровней освоения компетенции ПК–15 планируемыми результатам обучения и критериям их оценивания

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)				
	6.	7.	8.	9.	10.
минимальный	не владеет	слабо ориентируется в терминологии и содержании планирования и бюджетирования PR-кампании	Имеет представление об основных принципах PR проектирования, методы планирования и бюджетирования PR-кампании, а также методы оценки эффективности в сфере PR.	Способен применить принципы PR проектирования, методы планирования и бюджетирования PR-кампании, а также методы оценки эффективности в сфере PR в предложенной учебной задаче.	Способен применить принципы PR проектирования, методы планирования и бюджетирования PR-кампании, а также методы оценки эффективности в сфере PR в предложенной учебной задаче
	не умеет	не демонстрирует необходимых умений, связанных с процессом планирования и бюджетирования PR-кампании	Умеет применять знания основ планирования и бюджетирования PR-кампании, а также методы оценки эффективности в сфере PR.на практике	Способен выделить и сравнить концепции, но испытывает сложности с их практической привязкой	Может применять знания различных стратегий, каналов коммуникации, методов сбора и обработки данных, применяемых в коммерческих структурах, некоммерческих организациях, сфере политики на практике, критически оценить их эффективность
	не знает	допускает грубые ошибки	Знает основные рабочие категории, однако не ориентируется в их специфике	Демонстрирует знание и понимание основ планирования и бюджетирования PR-кампании, а также методы оценки эффективности в сфере PR.	Способен сравнивать концепции, аргументированно излагает материал Аргументированно проводит сравнение концепций по заданной проблематике
базовый	не владеет	плохо ориентируется в терминологии и содержании планирования и бюджетирования PR-кампании	Владеет стандартными приемами работы в области рекламы и связей с общественностью	Способен применить не только стандартные методы работы, но и проявить авторский подход, предложить стратегию работы, оценить ее потенциальную эффективность	Способен применить не только стандартные методы работы, но и проявить авторский подход, предложить стратегию работы, оценить ее потенциальную эффективность Способен сравнивать концепции, аргументированно излагает мате-

					риал
	не умеет	не демонстрирует необходимых умений, связанных с процессом планирования и бюджетирования PR-кампании	Умеет применять знания основ функционирования отдела рекламы и связей с общественностью на практике	Ориентируется в различных стратегиях, каналах коммуникации, методах сбора и обработки данных, применяемых в коммерческих структурах, некоммерческих организациях, сфере политики. Может предложить собственные идеи по организации работы	Свободно ориентируется в области функционирования отделов по рекламе и связям с общественностью. Понимает ее основания и умеет разработать стратегию действий, обосновать ее.
	не знает	допускает много ошибок	Знает основные рабочие категории, ориентируется в их специфике	Знает основные отличия концепций в заданной проблемной области	Способен сравнивать концепции, аргументированно излагает материал. Способен выделить специфику концепций в заданной проблемной области
продвинутый	не владеет	ориентируется в терминологии и содержании планирования и бюджетирования PR-кампании	Владеет стандартными приемами PR проектирования	Способен применять знания основ планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью на практике, а также предложить собственные идеи по организации работы	Способен самостоятельно во всех необходимых деталях разработать проект коммуникационной кампании, включая антикризисный PR, представить способы оценки её эффективности, аргументировать выбор стратегии и тактики при наличии нескольких. Подготовить оригинал-макет всех информационных материалов.
	не умеет	не демонстрирует необходимых умений, связанных с процессом планирования и бюджетирования PR-кампании	Умеет применять знания основ функционирования отдела рекламы и связей с общественностью на практике	Способен применять знания основ планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, а также предложить собственные идеи по организации работы	Свободно ориентируется в области планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. Понимает ее основания и умеет разработать стратегию действий, обосновать ее
	не знает	допускает ошибки при анализе в обла-	Знает основные рабочие категории, ориентирует-	Знает основное содержание современных научных идей	Может дать критический анализ современным проблемам в за-

		сти планирования и бюджетирования PR-кампании	ся в их специфике современных научных идей в области в области функционирования отделов по СО	в области функционирования отделов по СО, способен их сопоставить	данной области анализа
--	--	---	---	---	------------------------

4. Структура и содержание дисциплины

Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий в академических часах, для 2015, 2017 и 2018 гг. набора

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Объём дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Объём дисциплины	108	-	-
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	44	-	-
в том числе:			
лекции	-	-	-
практические занятия	44	-	-
семинарские занятия	-	-	-
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	64	-	-
в том числе:	-	-	-
курсовая работа	-	-	-
контрольная работа	64	-	-
Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	экзамен	-	-

Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий в академических часах, для 2016 г. набора

Объем дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Объём дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Объём дисциплины	72	-	-
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	44	-	-
в том числе:			
лекции	-	-	-
практические занятия	44	-	-
семинарские занятия	-	-	-
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	28	-	-
в том числе:	-	-	-
курсовая работа	-	-	-
контрольная работа	28	-	-
Вид промежуточной аттестации	экзамен	-	-

(зачет/экзамен)			
-----------------	--	--	--

4.1. Структура дисциплины

для 2015, 2017 и 2018 гг. набора

№ п/п	раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятель- ная работа сту- дентов, час.			Формы текущего контроля успеваемо- сти	Занятия в активной и интерак- тивной форме, час.	Фор- миру- емые компе- тенции
			Лекции	Практич.	Самост. работа			
1	Теоретические основы PR-проектирования.	8	-	20	20	Устный доклад	10	ОПК-1, ПК-15
2	Приемы и методы подготовки презентации проекта коммуникационной кампании	8	-	24	44	Устный доклад	10	ОПК-1, ПК-15
	ИТОГО			44	64		20	

для 2016 г. набора

№ п/п	раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятель- ная работа сту- дентов, час.			Формы текущего контроля успеваемо- сти	Занятия в активной и интерак- тивной форме, час.	Фор- миру- емые компе- тенции
			Лекции	Практич.	Самост. работа			
1	Теоретические основы PR-проектирования.	8	-	20	10	Устный доклад	10	ОПК-1, ПК-15
2	Приемы и методы подготовки презентации проекта коммуникационной кампании	8	-	24	18	Устный доклад	10	ОПК-1, ПК-15
	ИТОГО			44	28		20	

4.2. Содержание разделов дисциплины

В содержании дисциплины выделяются два раздела.

Первый раздел, **«Теоретические основы PR-проектирования»**, направлен на формирование способности к проектированию коммуникационных кампаний.

Первый раздел содержания включает следующие темы:

1. Принципы формирования стратегии коммуникационной кампании.

Рассматриваются следующие аспекты:

- элементы плана PR кампании;
- содержание понятий «цель» и «задача», «стратегия» и «тактика» и их соотношение в практике проектирования;
- соотношение понятий «стратегия» и «сообщение» и способы их формулирования в зарубежных практиках;
- виды целей PR кампаний и способы их формулирования;
- стратегии коммуникаций в сфере природопользования в зарубежных и отечественных практиках и традициях осуществления профессиональной деятельности;

2. Принципы планирования тактики проведения коммуникационной кампании.

Рассматриваются следующие аспекты:

- алгоритмы и этапы организации и проведения PR кампании;
- содержание понятий «каналы коммуникации» и «средства массовой информации», «реклама» и «социальная реклама» в отечественной и иноязычной культурах, а также их соотношение в практике проектирования;
- содержание понятий «результаты ситуационного анализа», «результаты маркетингового исследования», «календарь», «бюджет», «проектируемый результат», «результаты оценки эффективности» и формы их представления в электронной презентации;
- специальные события как инструмент коммуникаций;
- стратегии управления кризисными ситуациями в зарубежных и отечественных практиках и традициях осуществления профессиональной деятельности;
- ситуации, потенциально опасные для репутации компаний и превентивные стратегии;

Второй раздел, **«Приемы и методы подготовки презентации проекта коммуникационной кампании»**, направлен на формирование способности подготовить и провести презентацию PR кампании на иностранном языке, что предполагает владение умениями и стратегиями планирования содержания и структуры презентации, а также достаточное для осуществления данной задачи развитие коммуникативной компетенции.

Второй раздел содержания включает следующие темы:

1. Структура и содержание презентации организации.

2. Структура и содержание презентации плана коммуникационной кампании (рекламной или маркетинговой кампании).

3. Психологические аспекты подготовки доклада.

Второй аспект, направленный на развитие коммуникативной иноязычной компетенции включает лингвистическую, социолингвистическую, прагматическую и другие виды компетенций. Этот аспект включает также стратегии планирования содержания и структуры доклада, умение применять правила оформления слайдов на практике.

В данной программе представлены компоненты содержания, соответствующие языковой составляющей коммуникативной компетенции и формирующие базу для развития речевых умений в рамках выделенной тематики.

Содержание языковой подготовки в рамках данной Программы отражает то, что обозначает «прирост» в овладении фонетикой, лексикой и грамматикой.

1. Формирование и совершенствование слухо-произносительных навыков применительно к новому языковому и речевому материалу.

2. Расширение объема продуктивного и рецептивного лексического минимума за счет лексических средств, обслуживающих новые темы.

3. Языковые средства, необходимые для выражения следующих коммуникативных функций:

- передача информации (конкретизация, описание, повествование, описания планов на будущее, выделение наиболее важной информации и т.д.)

- описание и сравнение вариантов решения, обсуждение преимуществ и недостатков каждого, предложение, выражение вероятности тех или иных событий в настоящем и будущем и т.д.;

- формулирование выводов из изложенной информации;

- установление и поддержание контакта (формальное обращение, представление и т.д.)

- привлечение внимания аудитории к слайду и к его отдельным деталям;

- средства описания визуальных средств представления информации (графиков, схем и т.д.);

- структурирование высказывания (введение темы, связь событий и фактов, в том числе: хронологический порядок и причинно-следственное отношение, сравнение, противопоставление, приведение примеров, перечисление, выделение основных мыслей, подведение итогов, перифраз и повтор, переход к другой теме, и т.д.)

4. Формирование и совершенствование орфографических навыков применительно к новому языковому и речевому материалу.

4.3. Практические занятия, их содержание

№ п/п	№ темы дисциплины	Тематика практических занятий	Форма проведения	Формируемые компетенции
1	1	Теоретические основы PR-проектирования.	Чтение текстов с целью извлечения информации. Устный доклад. Проект. Рассмотрение кейсов	ОПК-1, ПК-15

2	2	Приемы и методы подготовки презентации проекта коммуникационной кампании	Чтение текстов с целью извлечения информации. Круглый стол Проект. Рассмотрение кейсов	ОПК-1, ПК-15
---	---	--	---	--------------

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов и оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Текущий контроль за усвоением материала обучающимися.

Текущий контроль за усвоением материала обучающимися проводится преподавателем на каждом занятии и осуществляется в форме устного и письменного опроса, письменных домашних заданий (пресс-релизы, слайды презентаций) и в форме подготовленных устных сообщений (круглые столы, доклады и презентации). Предусмотрена подготовка медиа-подборки по теме проектирования.

Промежуточная аттестация

Экзамен в 8-м семестре предусматривает два варианта устного доклада с использованием электронной презентации:

1. презентация темы и основных результатов выпускной квалификационной работы;
2. презентация проекта коммуникационной кампании, осуществляемой в рамках дипломного проектирования.

Исполнение требований 1,2 является критерием допуска к выполнению зачетной (экзаменационной) работы.

Оценка по устной части включает следующие компоненты:

1. Соответствие содержания проекта его теме и задачам, правильное использование основных понятий сферы СО;
2. Достижение коммуникативной цели задания, адекватность речевого поведения;
3. Лексико-грамматическая правильность речи;
4. Коммуникативная целесообразность лексико-грамматического оформления речи;
5. Фонетическое оформление речи.

Темы устных сообщений

1. PR activities. Основные виды PR деятельности (краткая характеристика).
2. Data collection methods in PR. Методы сбора данных в сфере деятельности СО.
3. Data presentation methods. Способы представления данных.

4. PR and marketing. Соотношение СО и маркетинга. Концепция интегрированных коммуникаций.
5. Models of PR process. Модели построения коммуникационной кампании.
6. PR campaign plan: major aspects. Основные аспекты плана коммуникационной кампании.
7. Calendar and budget presentation techniques. Способы представления календаря мероприятий и бюджета коммуникационной кампании.
8. Efficiency evaluation methods (qualitative and quantitative). Методы оценки эффективности (качественный и количественный).

Примерный перечень тем проектов

1. Служба связей с общественностью как технология коммуникационного обеспечения деятельности организации на примере
2. Коммуникационное продвижение продуктов и услуг на примере ...
3. PR-технологии в позиционировании услуг на примере ...
4. PR-технологии в развитии положительного имиджа организации на примере ...
5. Эффективность печатной рекламы в отрасли ...
6. Оптимизация технологий баннерной рекламы.
7. Вирусная реклама как технология продвижения товаров и услуг.
8. Специальные события как технология продвижения в сфере ...
9. Реклама как инструмент формирования и продвижения брендов в сфере ...
10. Взаимодействие государственных органов с органами по связям с общественностью (на примере ...)
11. Коммуникационное сопровождение мероприятия в сфере ...
12. Проблема ребрендинга в сфере ...
13. Особенности продвижения мировых брендов на российском рынке
14. Разработка и оценка эффективности специальных мероприятий, на примере компании ...
15. Роль и значение корпоративной культуры (на примере компании ...).

Критерии оценки устной презентации

Параметры оценки
1. СПОСОБНОСТЬ АДЕКВАТНО ДОНЕСТИ СОДЕРЖАНИЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ ДО СЛУШАТЕЛЯ
1.1. У слушателей не вызывает затруднений восприятие идей и информации, представленных в докладе.
2. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДОКЛАДА
2.1. Содержание доклада полностью соответствует теме и целям проекта.
2.2. Учащийся демонстрирует понимание основ планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.
2.3. Учащийся не допускает ошибок в использовании специфических понятий из области экологии, а также из области связей с общественностью.
2.4. Выступление характеризуется чёткой, ясной структурой.
2.5. Учащийся уместно и правильно использует «сигнальные средства» при переходе от одной мысли к другой и от одной части выступления к другой.
3. ПОСТРОЕНИЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ (КОМПЕТЕНЦИЯ ДИСКУРСА)

3.1. Обучающийся способен выражать связь событий и фактов (хронологический порядок, приоритетность, причинно-следственные отношения).
3.2. Учащийся способен привести аргументы в подтверждение высказываемой точки зрения, предлагаемого плана действий и т.д.
3.3. Стилль и регистр речи соответствует цели выступления и аудитории.
4. ВЛАДЕНИЕ БАЗОВЫМИ НАВЫКАМИ ИСПОЛНИТЕЛЬСКОЙ ТЕХНИКИ
4.1. Интонационный рисунок речи, ударения, артикуляция не препятствуют пониманию.
4.2. Учащийся эффективно использует слайды для иллюстрации основных аспектов своего доклада.
4.3. Учащийся в очень редких случаях использует комментарии к слайдам в качестве опоры.
4. ОФОРМЛЕНИЕ СЛАЙДОВ ПРЕЗЕНТАЦИИ
5.1. Дизайн слайдов соответствует теме и регистру доклада.
5.2. Заголовки в виде тезисных утверждений - краткие, чёткие, соответствуют передаваемым идеям и информации.
5.3. Присутствуют и правильно оформлены обязательные смысловые фрагменты (автор, название, цель, целевая аудитория, план действий).
5. ПРОВЕДЕНИЕ ОБСУЖДЕНИЯ
6.1. Учащийся умеет попросить задавать вопросы, умеет предоставить слово.
6.2. Понимает вопросы аудитории и адекватно на них отвечает.
6. ЛЕКСИЧЕСКАЯ И ГРАММАТИЧЕСКАЯ ПРАВИЛЬНОСТЬ РЕЧИ
7.1. В основном правильное и уместное использование лексических средств языка.
7.2. Диапазон лексических средств соответствует целевому уровню владения языком.
7.3. В основном правильное и уместное использование грамматических средств языка.
7.4. Использование соответствующих целевому уровню грамматических структур.

Методические указания по организации самостоятельной работы

При подготовке доклада

1. Необходимо предварительно изучить подготовленный преподавателем материал по составлению научного доклада на иностранном языке (цель, структура и содержание доклада), а также лексический материал для написания доклада и его последующего обсуждения.

2. Составить текст доклада на иностранном языке по одной из тем, предложенных преподавателем.

3. Подготовить презентацию на иностранном языке для демонстрации основных положений рассматриваемой проблемы, используя современные технические средства.

4. Выступить перед аудиторией с докладом и презентацией (время выступления – 5-7 минут), принять активное участие в последующем обсуждении доклада на иностранном языке.

5. Подготовить вопросы на иностранном языке для обсуждения докладов других участников конференции. Принимать активное участие в обсуждении докладов.

При подготовке презентации проекта необходимо руководствоваться следующими принципами.

Эффективная презентация обладает следующими характеристиками:

- 1) чёткая структура, обеспечивающая логичность изложения информации и точное, полное понимание сообщения аудиторией;
- 2) важность создания у аудитории положительного мнения о предмете сообщения;
- 3) обусловленность отбора речевых средств обстоятельствами, в которых предстоит сделать сообщение (характеристика аудитории, временные рамки, наличие технических средств и т. д.);
- 4) обусловленность отбора речевых средств сложившимися в международной практике способами представления информации;
- 5) наличие обратной связи и необходимость изменения тактики поведения в зависимости от обстоятельств.

Эффективность презентации не сводится к правильному грамматическому построению речи, точному выбору используемых лексических единиц и правильно-му оформлению слайдов. При подготовке устного доклада необходимо наметить план изложения информации с учётом двух основных моментов. Во-первых, вся передаваемая информация должна быть воспринята слушателями максимально полно, точно и однозначно. Во-вторых, структура доклада должна быть построена таким образом, чтобы сам говорящий мог легко запомнить и изложить всю необходимую информацию, не допуская неточностей.

В процессе подготовки рекомендуется провести самооценку, используя следующую анкету.

SELF-ASSESSMENT QUESTIONS

1. I plan my presentation on paper before I get to PowerPoint.
 Not often
 Almost always
2. For everything in my presentation, I ask “How will this help the audience understand the message?” to make sure it is relevant.
 Not often
 Almost always
3. I analyze who will be in my audience, what their attitudes might be, what they might know about the topic.
 Not often
 Almost always
4. When presenting a PR or marketing project, I make sure that the situation analysis results and the goal of the campaign are connected, which is obvious from the slides.
 Not often

- Almost always
5. I check that I set realistic objectives and suggest realistic measures to achieve them.
- Not often
 - Almost always
6. I consider how formal the style of the presentation should be depending on the situation and the listeners' expectations.
- Not often
 - Almost always
7. I arrange the points so that they follow a recognizable pattern depending on the type of the topic (PR campaign, company performance, etc.).
- Not often
 - Almost always
8. I make sure that looking at a slide the audience can understand what I am going to talk about so that it is easier for them to follow me.
- Not often
 - Almost always
9. I check if the slides are easily read from a distance.
- Not often
 - Always
10. I use short straightforward slide titles.
- Not often
 - Almost always
11. I remember not to use list bullets if there is no list.
- Not often
 - Almost always
12. I remember not to use unnecessary punctuation signs.
- Not often
 - Almost always
13. I prepare to answer all the possible questions.

- Not often
- Almost always

14. I book time in my schedule for practice and rehearsal so that I am confident on the day of the presentation.

- Not often
- Almost always

15. I review and test my slides to catch errors such as spelling mistakes, animation build sequence problems, mis-linked files, and images that are dark or fuzzy.

- Not often
- Almost always

16. I try to find time and opportunity to check if the hardware works and the software format is suitable.

- Not often
- Almost always

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины обеспечение дисциплины

Основная и дополнительная литература Основная литература

1. Быкова Е.В., Федорова Н.Ю. Мультимедийная презентация: основные правила и рекомендации по выполнению (на русском и английском языках). – СПб: РГГМУ, 2008.
2. Авдеева Е.А, Кузнецова А.Б. PR.com, СПб, 2006.
3. English for students of public relations and advertising: rendering : [Электронный ресурс] /Казачихина И.А., Шевченко О.Г. - Новосибир.: НГТУ, 2014. - 116 с. — Режим доступа: [http:// www.znaniium.com/bookread2.php?book=546215](http://www.znaniium.com/bookread2.php?book=546215).

Дополнительная литература

1. Авдеева Е.А. "PR COM: учебник английского языка. – СПб.: Нива, 2007.
2. Чиронова, И. И. Английский язык для журналистов : [Электронный ресурс] учебник для академического бакалавриата / И. И. Чиронова, Е. В. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 471 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — Режим доступа: [https:// www.biblio-online.ru/book/69343B49-B68E-4CDF-AB18-93B47C29D94E/angliyskiy-yazyk-dlya-zhurnalistov](https://www.biblio-online.ru/book/69343B49-B68E-4CDF-AB18-93B47C29D94E/angliyskiy-yazyk-dlya-zhurnalistov).

Рекомендуемые Интернет сайты

1. <http://www.greatspeechwriting.co.uk/corp/2011/07/5-powerpoint-crimes/>

2. http://www.youtube.com/watch?v=RHX-xnP_G5s steve job's tools
3. www.sovetnik.ru
4. www.bbc.co.uk
5. www.epa.gov
6. <http://www.madisonindia.com/units/pr-case-studies.html>

7. Образовательные и информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Тема дисциплины	Образовательные и информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Теоретические основы PR-проектирования.	Устный доклад. Проект. Рассмотрение кейсов	пакет прикладных программ Microsoft Office
Приемы и методы подготовки презентации проекта коммуникационной кампании	Круглый стол Проект. Рассмотрение кейсов	пакет прикладных программ Microsoft Office

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Операционная система Windows.
2. Офисный пакет приложений Microsoft office (Word, Adobe Reader, Power Point).
3. Электронная библиотека ЭБС «Znanium» (<http://znanium.com/>).
4. Электронная библиотека «Юрайт» (<https://biblio-online.ru>)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов практических занятий и самостоятельной работы студентов.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебные аудитории для проведения практических занятий - укомплектованы специализированной (учебной) мебелью.

Учебная аудитория для промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, персональными компьютерами.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

Ожидаемые результаты освоения учебной дисциплины во взаимосвязи с компетентностной моделью выпускника

Знать (знание и понимание)		Уметь (интеллектуальные умения)		Владеть (интеллектуальные (практические) навыки)	
Знание Воспроизведение важной информации	Понимание Объяснение важной интерпретации	Применение Решение закрытых проблем	Анализ Решение открытых проблем	Синтез Нахождение системных ответов к проблемам	Оценка Обоснование критических суждений, основанных на знаниях
Иметь представление об основных принципах PR проектирования, методы планирования и бюджетирования PR-кампании, а также методы оценки эффективности в сфере PR.	Аргументировать выбранные тактические шаги в рассматриваемых кейсах и составляемых самостоятельно проектах	Уметь сформулировать стратегию коммуникационной кампании Уметь составить план, бюджет коммуникационной кампании, выбрать каналы коммуникации	Анализировать примеры коммуникационных кампаний	Анализировать данные, полученные на основе результатов оценки эффективности коммуникационных кампаний, предлагать наиболее эффективные способы решения проблем	Выбирать способы реализации предложенной стратегии основываясь на результатах анализа предложенных исходных данных
Ориентироваться в	Аргументировать вы-	Уметь сформулировать вытекаю-	Анализировать дан-	Уметь про-	Выбирать способы реа-

различных стратегиях, каналах коммуникации, методах сбора и обработки данных, применяемых в коммерческих структурах, некоммерческих организациях, сфере политики.	бренные стратегии, каналы коммуникации, методы сбора и обработки данных,	щую из представленной информацию проблему либо выявить возможности развития организации, представить общую стратегию достижения целей	ные, полученные в результате проведенных исследований, ставить цели, формулировать задачи коммуникационных кампаний	SWOT анализ, выявить проблему (либо возможности развития), предложить решение, выбрать наиболее эффективный вариант	лизации предложенной стратегии основываясь на результатах анализа предложенных исходных данных
Знать правила оформления слайдов презентации, основные приемы коммуникации, применяемые в докладе.	Обоснованно выбирать приемы коммуникации в устном докладе	Уметь сформулировать основные идеи и информационные блоки, включаемые в доклад, структурировать информацию, представить ее наглядно на слайде	Уметь анализировать коммуникативную эффективность применяемых приемов общения	Уметь выбирать наиболее эффективные коммуникативные приемы в заданной ситуации	Уметь анализировать собственные и чужие ошибки в выборе приемов коммуникации