**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** освоения 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**:

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций УК-4, ОПК-1.

Универсальные компетенции

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Категория универсальных компетенций** | **Код и наименование универсальной компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции**  |
| коммуникация | **УК-4** Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | ИД-1УК-4 Выбирает на иностранном языке коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.ИД-2УК-4 Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на иностранном языке.ИД-3УК-4 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на иностранном языке.ИД-4УК-4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: * внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям;
* уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы;
* критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других;
* адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.

ИД-5УК-4 Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного на государственный язык и обратно. |

Общепрофессиональные компетенции

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Категория общепрофес-сионльных компетенций** | **Код и наименование общепрофессиональной компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции**  |
| Продукт профессиональной деятельности | **ОПК-1.** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами иностранного языка, особенностями иных знаковых систем | **ИД-1ОПК-1.**Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или)коммуникационных продуктовразных медиасегментов и платформ.**ИД-2ОПК-1.** Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или)иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами иностранного языка, особенностями иных знаковых систем. |

 **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