

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«ФТД.02 РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 1 зачетная единица (36 часов), для ЗФО 1 зачетная единица (36 часов)

Цель освоения дисциплины

Курс «Рекламные коммуникации на английском языке» предназначен для повышения качества не только общегуманитарной, но и профессиональной подготовки студентов. Речь опосредует профессиональные отношения с людьми, являясь главным инструментом бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в его проектной, производственно-технологической, организационно-управленческой, сервисной, научно-исследовательской деятельности. Рекламные коммуникации на английском языке являются необходимой составляющей профессиональной управленческой культуры. Данный курс и предназначен для формирования основных правил речевого коммуникативного поведения современного специалиста на иностранном языке.

Целью изучения курса является формирование современной языковой личности, способной осознавать собственные коммуникативные намерения и строить в соответствии с этим эффективную рекламную коммуникацию на английском языке.

Задачи дисциплины

Главными **задачами** обучения являются:

1. Раскрыть особенности рекламной коммуникации в современном обществе, коммуникативную и эстетическую функцию речи, связь культуры мышления и культуры слова;
2. дать правила пользования речью; способствовать практическому совершенствованию речевого поведения и культуры речи возможно при следующих начальных требованиях к изучению дисциплины:
3. овладение теоретическими основами процесса рекламной коммуникации на английском языке;
4. формирование необходимых языковых знаний в области коммуникативной компетенции будущего бакалавра (виды общения, вербальные и невербальные средства коммуникации, принципы коммуникационного сотрудничества и т.д.);
5. формирование практических умений в области стратегии и тактики речевого поведения в различных формах и видах рекламной коммуникации (письменные, устные формы и жанры речи; монологический, диалогический, полемический виды речи).

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рекламные коммуникации на английском языке» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Рекламные коммуникации на английском языке» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Иностранный язык».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.	Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. Умеет соблюдать нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации. Владеет способам соблюдения норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.
ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).	Знает основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Умеет демонстрировать способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).
ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами.	Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении. Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении. Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами.
ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах.	Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. Умеет вести деловую переписку. Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах.

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Тема 1 Advertisement. Its types, aims and structural elements. Model of advertising communication and tasks of advertisement. Types of modern English ads.	10	4	-	-	6
2.	Тема 2 Phonetic peculiarities of English ads. Lexical	10	4	-	-	6

	means of English ads. Syntactic peculiarities of English ads.					
3.	Тема 3 Types of advertising communications. The instruments of ad communications. Integrated ad communications.	11,8	6	-	-	5,8
	Итого по дисциплине:	31,8	14	-	-	17,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4			
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	36				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Тема 1 Advertisement. Its types, aims and structural elements. Model of advertising communication and tasks of advertisement. Types of modern English ads.		2	-	-	9
2.	Тема 2 Phonetic peculiarities of English ads. Lexical means of English ads. Syntactic peculiarities of English ads.		2	-	-	9
3.	Тема 3 Types of advertising communications. The instruments of ad communications. Integrated ad communications.		2	-	-	8
	Итого по дисциплине:	32	6	-	-	26
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	36				

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Авторы Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, профессор, Н.Н. Оломская, профессор, д-р филол. наук, доцент