

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Иностранный язык» являются:повышение исходного уровня владения английским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, а также овладение студентами 1 и 2 курса необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными коллегами, а также для дальнейшего самообразования
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	2,3 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4; ОПК-1
Трудоемкость дисциплины	Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	2 семестр Тема 1. В аэропорту. Тема 2.Путешествие на самолете. Тема 3.Авиационный бизнес. Мировые авиакомпании. Тема 4. Деловая встреча. Назначение деловой встречи. Тема 5.Аэрофлот и другие авиакомпании России. Тема 6.Деловая поездка. Тема 7.Деловой разговор. Телефонная беседа. Тема 8.Обсуждение контракта. Тема 9.Целевая аудитория. Тема 10.Общие требования к рекламе. Тема 11.Особые характерные черты рекламы. Тема 12.Основные правила рекламирования. Тема 13.Рекламные агентства. Тема 14.Реклама на разных видах транспорта. Тема 15.Реклама в Интернете. Тема 16.Реклама и связи с общественностью. Тема 17.Профессиональные ярмарки и выставки. Тема 18.Подача заявления о приеме на работу. 3 семестр

Наименование дисциплины (модуля)	ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
	<p>Тема 1. Переговоры.</p> <p>Тема 2. Письменные речевые образцы, используемые в деловом языке.</p> <p>Тема 3. Структура делового письма.</p> <p>Тема 4. Типы рекламы в PR.</p> <p>Тема 5. Престижная реклама.</p> <p>Тема 6. Финансовая реклама.</p> <p>Тема 7. Реклама типа «обращение к общественности».</p> <p>Тема 8. Разъяснительно-пропагандистская реклама.</p> <p>Тема 9. Реклама по быстрому распространению важной информации в пользу фирмы.</p> <p>Тема 10. Прямая реклама.</p> <p>Тема 11. Наружная реклама.</p> <p>Тема 12. Телевизионная реклама и радио реклама.</p> <p>Тема 13. Газетно-журнальная реклама.</p> <p>Тема 14. Медиатексты. Медиапродукты.</p> <p>Тема 15. Основы деловой речи.</p> <p>Тема 16. Написание речей.</p> <p>Тема 17. Цели, функции и специфика рекламных и PR-текстов.</p> <p>Тема 18. Деловая переписка.</p> <p>Тема 19. Разговорные формулы в речевом этикете.</p> <p>Тема 20. Новостной (пресс) релиз (сообщение для печати).</p> <p>Тема 21. Слоган.</p>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p>	<p>Зачет с оценкой (2,3 семестр)</p>