

Министерство культуры Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Е. В. САЗОНОВА
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b
Основание: УТВЕРЖДАЮ
Дата утверждения: 19 июня 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

«Иностранный язык»

Наименование ОПОП: Реклама и связи с общественностью в медиасфере

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очно-заочная

Факультет: экранных искусств

Кафедра: иностранных языков

Общая трудоемкость дисциплины составляет 360 академ. час. / 10 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 107,5 час.

самостоятельная работа: 252,5 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
посещение занятий, работа в системе moodle, выполнение практических заданий	1,4
посещение занятий, работа в системе moodle, выполнение практических заданий	3
посещение занятий, работа в системе moodle, выполнение практических заданий	2
творческое задание	1,2,3,4
тест	1,2,3,4
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	1,3
зачет с оценкой	2
экзамен	4

Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью в медиасфере» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель(и):

Яшкина Е.А., Доц. кафедры иностранных языков, к.филол.н.

Рецензент(ы):

Алексеева Т.В., Доц., к.п.н.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры иностранных языков

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

И.А. Байкова

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель(и) дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Иностранный язык» является формирование коммуникативной компетенции, обеспечивающей эффективный и достаточный уровень восприятия, порождения и обработки информации на иностранном(-ых) языке(-ах) в академическом, деловом и профессиональном межкультурном общении.

Задачи дисциплины:

- формирование умения грамотно и доступно осуществлять устную и письменную коммуникацию на иностранном(-ых) языке(-ах) в академической, деловой и профессиональной сфере на достаточном уровне
- формирование умения использования современных коммуникативных технологий и средств
- формирование умения извлекать значимую информацию из иностранного делового или профессионального текста и излагать ее на русском и иностранном(-ых) языке(-ах)
- формирование умения организации адекватного продуктивного межкультурного взаимодействия в академической, деловой и профессиональной среде с учетом разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия и национальных особенностей участников межкультурной коммуникации

1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

нет предшествующих дисциплин

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:

Риторика

Второй иностранный язык

Иностранный язык в профессиональной сфере

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Универсальные компетенции

УК-4 — Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

УК-4.1 — Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Знает: нормы устной речи, принятые в профессиональной среде

Умеет: выбирать стиль общения на государственном языке РФ и иностранном языке применительно к ситуации взаимодействия

Владеет: навыками устного общения в профессиональной среде

УК-4.2 — Способен осуществлять деловую коммуникацию в письменной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Знает: особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции

Умеет: составлять деловые бумаги, в том числе оформлять Curriculum Vitae/Resume и сопроводительное письмо, необходимые при приеме на работу

Владеет: навыками деловой переписки и перевода академических текстов с

иностранный(-ых) языка(-ов) на государственный язык

2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 360 академ. час. / 10 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 107,5 час.

самостоятельная работа: 252,5 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	1,3
зачет с оценкой	2
экзамен	4

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	1	2	3	4	Итого
Лекции	0	0	0	0	0
Практические	16	16	16	16	64
Практические с использованием ДОТ	8	8	8	8	32
Консультации	2	2	2	2	8
Самостоятельная работа	41,5	73	41,5	46	202
Самостоятельная работа во время сессии	4,2	8,6	4,2	33,5	50,5
Итого	71,7	107,6	71,7	105,5	356,5

2.2. Содержание учебной дисциплины

Раздел 1. 1 курс

Тема 1. 1. Личность

Личность человека, выдающие деятели кино. Применение современных коммуникативных методов при общении на иностранном языке, обеспечивающих эффективный обмен информацией.

Тема 1. 2. Путешествие

Путешествие по своей стране и за рубежом, его планирование и организация, осмотр достопримечательностей. Вербальные и невербальные средства общения с партнерами в ситуациях путешествия.

Тема 1. 3. Работа

Проблемы выбора будущей сферы трудовой и профессиональной деятельности, профессии, планы на ближайшее будущее. Интервью при трудоустройстве. Правила написания резюме и сопроводительного письма как пример составления деловой корреспонденции на иностранном языке.

Тема 1. 4. Языки

Роль иностранного языка при выборе профессии в современном мире. Эффективные способы изучения иностранного языка. Изучение языка по иностранным фильмам. Иностранный язык как средство делового общения.

Тема 1. 5. Реклама

Рекламные технологии. Реклама в кино и на телевидении: преимущества и недостатки. Выбор

приемлемого стиля общения с учетом социокультурных особенностей страны изучаемого языка.

Тема 1. 6. Дизайн

Основная цель анимационного дизайна. Дизайн-проект. Использование иностранного языка в ходе делового общения.

Тема 1. 7. Образование

Уровни образования. Проблемы высшего образования. Образование за рубежом. Построение коммуникации внутри группы.

Тема 1. 8. Мода, стиль, современность

Мода в жизни человека. Мода и стиль: сходства и отличия. Важные направления в современном кино. Важные направления и коммуникативные технологии в современном кино и телевидении.

Тема 1. 9. СМИ и Искусство

Современное искусство. Выбор стиля общения в разных ситуациях.

Тема 1. 10. Преступление

Что такое преступление. Социальная природа преступления. Проблема пиратства в киноиндустрии. Авторское право в киноиндустрии. Правила оформления деловой корреспонденции на иностранном языке.

Раздел 2. 2 курс

Тема 2. 1. Основы маркетинга

Структура маркетинга. Маркетинговые исследования. Поведение потребителя. Работа с клиентами. Кооплекс маркетинга. Инструментарий маркетинга. Подготовка доклада с учетом особенностей стиля делового общения.

Тема 2. 2. Место рекламы и PR в структуре маркетинга.

Структура маркетинга. Маркетинговые исследования. Поведение потребителя. Работа с клиентами. Кооплекс маркетинга. Инструментарий маркетинга. Подготовка доклада с учетом особенностей стиля делового общения.

Тема 2. 3. Управление брендом

Бренд: понятия и классификация. Процесс построения и развития бренда. Уникальное торговое предложение (USP) SWOTAnalysis. Построение коммуникации в ходе дискуссий с учетом вербальных и невербальных средств общения.

Тема 2. 4. Теклама на ТВ и радио. Реклама в Интернете.

Преимущества и недостатки рекламы на ТВ радио, в Интернете. Правильное оформление Curriculum Vitae/Resume.

Тема 2. 5. Печатная реклама. Наружная реклама.

Преимущества и недостатки печатной и наружной рекламы. Правила ведения деловой переписки.

Тема 2. 6. Связи с общественностью(PR)

Функции PR. Виды PR мероприятий. Инструментарий PR. Взаимодействие со СМИ. Правила ведения деловой переписки.

Тема 2. 7. Медиа-планирование

Выбор медиа для проведения рекламной или PR кампании. Этапы проведения рекламной или PR кампании. Создания рекламного сообщения (AIDA и др.) Ведение деловой переписки и перевод текстов с иностранного языка на государственный язык.

Тема 2. 8. Международный маркетинг

Планирование рекламной и PR кампании на международном рынке. Кросс-культурные особенности рекламной PRпаниии на международном рынке. Роль вербальных и невербальных средств взаимодействия с партнерами. Правильный выбор стиля делового общения.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	1 курс	0	0	0	32	16	0	48
1.1	Личность	0	0	0	2	3,5	0	5,5
1.2	Путешествие	0	0	0	4	1,5	0	5,5
1.3	Работа	0	0	0	4	1,5	0	5,5
1.4	Языки	0	0	0	2	1,5	0	3,5
1.5	Реклама	0	0	0	4	0	0	4
1.6	Дизайн	0	0	0	4	3,5	0	7,5
1.7	Образование	0	0	0	4	1,5	0	5,5
1.8	Мода, стиль, современность	0	0	0	2	1,5	0	3,5
1.9	СМИ и Искусство	0	0	0	4	1,5	0	5,5
1.10	Преступление	0	0	0	2	0	0	2
2	2 курс	0	0	0	32	16	0	48
2.1	Основы маркетинга	0	0	0	4	3,5	0	7,5
2.2	Место рекламы и PR в структуре маркетинга.	0	0	0	4	3	0	7
2.3	Управление брендом	0	0	0	4	1,5	0	5,5
2.4	Теклама на ТВ и радио. Реклама в Интернете.	0	0	0	4	0	0	4
2.5	Печатная реклама. Наружная реклама.	0	0	0	4	3,5	0	7,5
2.6	Связи с общественностью(PR)	0	0	0	4	1,5	0	5,5
2.7	Медиа-планирование	0	0	0	4	1,5	0	5,5
2.8	Международный маркетинг	0	0	0	4	1,5	0	5,5
	ВСЕГО	0	0	0	64	32	0	96

* — тема для изучения в рамках самостоятельной работы студента

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Иностранный язык» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема: «Личность».	2
2	Тема: «Путешествие».	4
3	Тема: «Работа».	4
4	Тема: «Языки».	2
5	Тема: «Реклама».	4
6	Тема: «Дизайн».	4
7	Тема: «Образование».	4
8	Тема: «Мода, стиль, современность».	2
9	Тема: «СМИ и Искусство».	4
10	Тема: «Преступление».	2
11	Тема: «Основы маркетинга».	4
12	Тема: «Место рекламы и PR в структуре маркетинга.».	4
13	Тема: «Управление брендом».	4
14	Тема: «Теклама на ТВ и радио. Реклама в Интернете.».	4
15	Тема: «Печатная реклама. Наружная реклама.».	4
16	Тема: «Связи с общественностью(PR)».	4
17	Тема: «Медиа-планирование».	4
18	Тема: «Международный маркетинг».	4

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Иностранный язык».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
посещение занятий, работа в системе moodle, выполнение практических заданий	1,4
посещение занятий, работа в системе moodle, выполнение практических заданий	3
посещение занятий, работа в системе moodle, выполнение практических заданий	2
творческое задание	1,2,3,4
тест	1,2,3,4
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	1,3
зачет с оценкой	2
экзамен	4

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Примерный тест для входного тестирования (1 семестр):

- Are you ... in starting your own business?
 - interests
 - interest
 - interested
 - interesting
- Ben ... swim very well. He never goes swimming.
 - can't
 - could
 - can
 - likes
- Do you know if the train... .
 - went already
 - on
 - if left now
 - has already left
- Do you know what ... to do?
 - I am requiring
 - I am required
 - am I required
 - I require
- Has he ... a car?
 - got
 - get

c. getting

d. gets

6. He asked her whether ... London.

Выберите один ответ:

a. she like

b. she liked

c. had she liked

d. did she like

7. He didn't look when crossing the street. He ... in a hurry.

a. should have been

b. might to be

c. had to be

d. must have been

8. He is an engineer in

Выберите один ответ:

a. the cotton industry

b. cotton industry

c. cotton industrial

d. cotton industries

9. He may not come , but we'll get ready in case he

a. may

b. is

c. will

d. does

10. He was ... of the crime and fined \$500.

a. responsible

b. found innocent

c. convicted

d. found guilty

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Примерные тестовые задания для текущего контроля:

1. The essence of public relations is

a. To create meaningful conversations with others

b. To create and maintain an effective operating environment

c. To discuss important topics and issues in front of large audiences

d. To look professional

2. The effectiveness of any security program is measured by

a. The professional appearance of each officer

b. The ability to read, write, and speak clearly and effectively

c. The ability to gain involvement from as many people in an organization as possible

d. None of the above measure effectiveness

3. The image of the security officer has rapidly changed in the past 30 years.

a. True

b. False

4. If the perception of an officer is poor, his/her ability to be effective will suffer.

a. True

b. False

5. It is the officer's responsibility to only protect his fellow officers, not the employees at a job site.

a. True

b. False

6. Security officers work in a "fish bowl" where duties and actions are highly scrutinized. Therefore,

it is only acceptable to behave inappropriately when no one is looking.

- a. True
 - b. False
7. The most important aspect of good public relations is
- a. Attitude
 - b. Appearance
 - c. Communication style
 - d. All of the above
8. Respect can and should be earned by
- a. Showing respect to others
 - b. Doing the best job possible
 - c. Demonstrating a positive attitude while carrying out duties
 - d. All of the above

Темы для творческого задания:

- Социальные вызовы XXI века
- Буктрейлер
- Мой виртуальный музей
- Кинематограф. История и современность

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

1 семестр:

1. Какой тип личности вам больше нравится?
2. Назовите преимущества и недостатки сильной личности.
3. Как проявляет себя личность?
4. Назовите самые популярные направления для путешествий в вашей стране.
5. Почему люди путешествуют?
6. В чем разница между туристом и путешественником?
7. Насколько важен внешний вид в работе?
8. На какие личностные качества обращают внимание работодатели?
9. С точки зрения работодателя, какие преимущества есть у удаленной работы?
10. Каким людям легче всего даются иностранные языки?
11. Почему английский язык - язык международного общения?
12. Как английский язык может помочь вам в профессиональном развитии?
13. Какие типы рекламы вы можете назвать?
14. Что должно быть в качественной рекламе?
15. Существуют ли такие виды рекламы, которые могут показаться кому-то некорректными?
16. Назовите преимущества и недостатки телевидения как средства распространения рекламы.
17. Каким правилам нужно следовать, чтобы преуспеть в бизнесе?
18. О каких знаменитых бизнесменах вы слышали? Что вы о них знаете?
19. Трудно ли женщине преуспеть в бизнесе?
20. Какой бизнес вы хотели бы открыть? Почему?

2 семестр:

1. Дайте определение понятию "дизайн". Что ученые считают хорошим дизайном?
2. Какую инновацию XXI в. вы считаете лучшей?
3. Чем отличается дизайн продуктов, произведенных в период 1930-1990?
4. Высшее образование получает большая часть общества? Почему?
5. Следует ли всем получать высшее образование?
6. Люди с научной степенью имеют больше шансов на собеседовании?

7. Что делают инженеры? Есть ли у вас знакомые с этой профессией?
8. Назовите величайшие достижения инженерии разных областей техники.
9. Какие достижения инженерных наук 21 столетия могут защитить нашу планету от глобальных катастроф?
10. Какие последние тренды в вашей стране вы знаете?
11. Назовите один из последних трендов. Где и как он начался?
12. Согласно тенденциям моды, когда выходят фильмы?
13. Какие типы медиа вы знаете? Как часто вы ими пользуетесь?
14. Какие виды телевизионных и кино- продуктов вы любите?
15. Какие книги, песни и фильмы вы можете назвать шедеврами?
16. Какая деятельность является нелегальной в вашей стране?
17. В каком возрасте люди начинают нести ответственность перед законом?
18. Что такое закон?
19. Что такое авторское право?
20. Как защитить свои авторские права?

3 семестр

1. Определение понятия PR. Причины возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса PR.
2. Коммуникативные особенности PR.
3. Структурные элементы PR.
4. Цели и задачи PR.
5. Основные этапы становления и развития PR.
6. История возникновения и развития PR в США.
7. Понятие целевой аудитории для PR-деятельности.
8. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью
9. Характеристика основных групп исследований в рекламе: социологических, маркетинговых, психологических, лингвистических.
10. Основные принципы и приемы делового общения. . Характеристика понятия «социальная реклама». Разработка рекламного и PR-продукта: принципы разработки роликов социальной направленности.
11. Способы воздействия на потребительское поведение в области PR
12. Разработка рекламного и PR-продукта: подготовка и проведение выставочной деятельности
13. Цели и задачи промоушена. Проведение промо-акций.
14. Лоббирование и его отличия от связей с общественностью.
15. Определение понятия лоббизма. Правовые основы лоббистской деятельности.
16. Роль исследований при проведении PR-кампании
17. Профессиональные требования к специалисту в сфере связей с общественностью.
18. Роль и место службы связей с общественностью в структуре государственных учреждений.
19. Основное содержание кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
20. Характеристика основных профессий на рынке рекламы и PR.

Промежуточная аттестация за 4 семестр проводятся в форме экзамена. Экзамен проводится в комбинированной форме.

Экзамен состоит из трех вопросов:

1. Прочитайте текст. Пользуясь словарем, выполните письменный перевод текста на русский язык.
2. Прочитайте текст и подготовьте устный пересказ.
3. Ответьте на вопросы экзаменатора по пройденному материалу.

Примерный перечень вопросов для экзамена по дисциплине «Иностранный язык»

4 семестр:

1. Разновидности рекламы. Реклама стимулирующая и имиджевая: убеждающая, информативная, корректирующая, напоминающая, сравнительная.
2. Экономическая основа рекламной и PR деятельности.
3. Типология жанров периодической печати: информационные, аналитические, художественно-публицистические.
4. Требования к содержанию и оформлению пресс-релиза
5. Медиа-кит – основные составляющие, цели и задачи составления медиа-кита
6. Организация и проведение пресс-конференции (распределение основных участников и их функции)
7. Публичный дискурс, как категория понятийного аппарата PR.
8. Пропаганда и PR – сходства и различия.
9. Мероприятия, направленные на установление отношений со СМИ (пресс-тур, пресс-прием, пресс-конференция).
10. Организация и проведение пресс-конференции (распределение основных участников и их функции)
11. PR и маркетинг
12. Уникальное торговое предложение и бренд. Особенности их формирования
13. Коммуникативные инструменты воздействия в PR-деятельности (области применения)
14. Паблик рилейшенз и СМИ –сфера взаимодействия
15. Мероприятия, направленные на установление отношений со СМИ
16. Кризисные коммуникации. Цели и задачи кризисного PR.
17. Связи с общественностью в кризисных ситуациях. Типология кризисов.
18. Основные причины возникновения кризисных ситуаций на предприятиях и в организациях.
19. Современные тенденции развития общественных связей, основные сферы PR в России и за рубежом.
20. Условия эффективного функционирования PR в современном обществе.

6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
Семестр 1			
Обязательная аудиторная работа			
посещение занятий, работа в системе Moodle, выполнение практических заданий	4	12	48
Обязательная самостоятельная работа			
творческое задание	12	1	12
тест	5	2	10
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		
Семестр 2			
Обязательная аудиторная работа			
посещение занятий, работа в системе Moodle, выполнение практических заданий	4	12	48
Обязательная самостоятельная работа			
творческое задание	12	1	12
тест	5	2	10
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		
Семестр 3			
Обязательная аудиторная работа			
посещение занятий, работа в системе Moodle, выполнение практических заданий	4	12	48
Обязательная самостоятельная работа			
творческое задание	12	1	12
тест	5	2	10
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		
Семестр 4			
Обязательная аудиторная работа			

посещение занятий, работа в системе Moodle, выполнение практических заданий	4	12	48
Обязательная самостоятельная работа			
тест	5	2	10
творческое задание	12	1	12
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.1. Литература

1. Белова, Т. М. Иностранный язык в профессиональной сфере (французский язык). Французский язык в индустрии кино. Le français du cinéma : учебное пособие / Т. М. Белова, Л. И. Кузнецова, А. Н. Ткачева. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2019. - 108 с. - Текст : непосредственный.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
2. Авакян, Л. А. Иностранный язык (немецкий язык): Изучаем немецкий. Deutsch üben : учебное пособие. Ч. 1 / Л. А. Авакян, Л. И. Кузнецова, И. Л. Пантюхина. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2021. - 109 с.
http://books.gukit.ru/pdf/2021/Uchebnaja%20literatura/Deutsch_%C3%BCben_UP_2021.pdf
3. English for public relations in Higher Education Studies [Text] : course book / М. McLisky ; ред. Т. Phillips. - United Kingdom : Garnet education, 2011. - 136 p.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
4. Французский язык: базовый курс : учебник / И. В. Харитоновна, Е. Е. Беляева, А. С. Бачинская, Н. Т. Яценко. - 2-е изд. доп. и перераб. - Москва : Прометей, 2017. - 406 с. - ISBN 978-5-906879-44-8. - Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке.
<https://znanium.com/catalog/product/1232905>
5. English for Marketing, Advertising and PR. Part 1 [Текст] : учебно-методическое пособие : рекомендовано методсоветом по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / С.-Петерб. гос. ин-т кино и телев. ; сост. В. В. Барышникова [и др.]. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2016.
http://books.gukit.ru/pdf/2013_1/000349.pdf

7.2. Интернет-ресурсы

1. Macmillan Education <http://www.macmillandictionary.com/>
2. Oxford University Press <http://www.oup.co.uk/>
3. Cambridge University Press - Worldwide <http://www.cambridge.org/uk/international/>

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Использование лицензионного программного обеспечения по дисциплине «Иностранный язык» не предусмотрено.

7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

7.5. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Успешное усвоение иностранного языка не только зависит от профессионального мастерства преподавателя, но и от умения студентов понять и принять задачи и содержания учебного предмета. Необходимо принимать активное участие в учебном процессе и быть ответственным за то, что делаете на практических занятиях по иностранному языку и во время самостоятельной подготовки вне аудитории.

Успешное изучение иностранного языка возможно только при систематической самостоятельной работе над ним. Важную роль при этом играют накопление достаточного словарного запаса, знание грамматических конструкций и фонетического строя изучаемого языка посредством внеаудиторного чтения. Для того чтобы научиться правильно читать, понимать на слух иностранную речь, а также говорить на иностранном языке, следует широко использовать технические средства, сочетающие зрительное и звуковое восприятие: слушать аудиозаписи, смотреть видеофильмы на иностранном языке. Для этих же целей немаловажным является применение таких образовательных технологий как тестирование и творческое задание.

Для образования умений и навыков работы над текстом без словаря необходима регулярная и систематическая работа над накоплением запаса слов, а это в свою очередь, неизбежно связано с развитием навыков работы со словарём. Кроме того, для более точного понимания содержания текста рекомендуется использование грамматического и лексического анализа текста.

Работу над закреплением и обогащением лексического запаса рекомендуем строить следующим образом:

- Ознакомьтесь с работой со словарём – изучите построение словаря и систему условных обозначений;

- Выписывайте незнакомые слова в тетрадь в исходной форме с соответствующей грамматической характеристикой, т.е. имена существительные – в именительном падеже единственного числа, (для иностранного языка указывая определённый артикль, падежное окончание родительного падежа единственного числа, суффикс образования множественного числа); глаголы – в неопределённой форме (в инфинитиве), указывая для сильных и неправильных глаголов основные формы; прилагательные – в краткой форме.

- Записывая иностранное слово в его традиционной орфографии, напишите рядом в квадратных скобках его фонетическую транскрипцию (это же справедливо для ряда слов в других иностранных языках).

- Выписывайте и запоминайте в первую очередь наиболее употребительные глаголы, существительные, прилагательные и наречия, а также строевые слова (т.е. все местоимения, модальные и вспомогательные глаголы, предлоги, союзы и частицы).

- Учитывайте при переводе многозначность слов и выбирайте в словаре подходящее по значению русское слово, исходя из общего содержания переводимого текста.

- Выписывая так называемые интернациональные слова, обратите внимание на то, что наряду с частым совпадением значений слов в русском и иностранном языках бывает сильное расхождение в значениях слов.

- Эффективным средством расширения запаса слов служит знание способов словообразования в иностранном языке. Умея расчлнить производное слово на корень, префикс и суффикс, легче определить значение неизвестного нового слова. Кроме того, зная значение наиболее употребительных префиксов и суффиксов, вы сможете без труда понять значение всех слов, образованных от одного корневого слова, которое вам известно.

- В каждом языке имеются специфические словосочетания, свойственные только данному языку. Эти устойчивые словосочетания (так называемые идиоматические выражения) являются неразрывным целым, значение которого не всегда можно уяснить путём перевода составляющих его слов. Устойчивые словосочетания одного языка не могут быть буквально переведены на другой язык. Такие выражения следует выписывать и заучивать наизусть

целиком.

Для практического овладения иностранным языком, необходимо усвоить его структурные особенности, в особенности те, которые отличают его от русского языка. К таким особенностям относится, прежде всего, твёрдый порядок слов в предложении, а также некоторое число грамматических окончаний и словообразовательных суффиксов.

Учебные умения, необходимые для успешной учебной деятельности можно и нужно развивать самостоятельно и с помощью преподавателя.

Условно учебные умения делятся на три группы:

- умения, связанные с интеллектуальными процессами,
- умения, связанные с организацией учебной деятельности и ее корреляции,
- умения компенсационные или адаптивные.

К умениям, связанным с интеллектуальными процессами, относятся следующие умения:

- наблюдать за тем или иным языковым явлением в иностранном языке, сравнивать и сопоставлять языковые явления в иностранном языке и родном;
- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное; фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада.

К умениям, связанным с организацией учебной деятельности и ее корреляции относятся:

- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам.

Компенсационные или адаптивные умения позволяют:

- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»;
- повторить или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений);
- переключать разговор на другую тему.