

Аннотация  
рабочей программы учебной дисциплины  
«Профессиональный английский язык в рекламе и связях с общественностью»  
по подготовке бакалавра по направлению  
**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Целями освоения учебной дисциплины «Профессиональный английский язык в рекламе и связях с общественностью» являются повышение уровня владения иностранным языком, достижение студентами необходимого и достаточного уровня иноязычной коммуникативной компетенции для решения коммуникативных задач в области делового общения с зарубежными партнерами.

### Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Учебная дисциплина «Профессиональный английский язык в рекламе и связях с общественностью» включена в вариативную часть по направлению **42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»**.

Содержание дисциплины обеспечивает **практическую направленность** в системе обучения и соответствующий уровень использования иностранного языка в будущей профессиональной деятельности.

В системе обучения студентов курс «Профессиональный английский язык в рекламе и связях с общественностью» связан с рядом специальных дисциплин: маркетинг, теория и практика массовой информации, теория и практика связей с общественностью, политический консалтинг, основы теории коммуникации, стилистика и литературное редактирование.

Таким образом, английский язык становится рабочим инструментом, позволяющим выпускнику совершенствовать свои знания, изучая современную иностранную литературу по соответствующей специальности. Наличие необходимой коммуникативной компетенции дает возможность выпускнику вести плодотворную деятельность по изучению и творческому осмыслению зарубежного опыта в профилирующих и смежных областях науки и техники, а также в сфере делового профессионального общения.

### Содержание дисциплины:

- История СО: древняя Греция, Рим, Ирак, Индия, Англия.
- Основатели СО в Америке: С.Адамс, А.Ли, Э.Бернез, К.Байор.
- Концептуальные и операциональные определения СО.
- Функции СО.
- Функции специалиста по СО.
- Маркетинг. Элементы комплекса маркетинга.
- Типы некоммерческих организаций. Маркетинг некоммерческих организаций.
- Сходства и различия СО и маркетинга.
- Паблицити: определение, методы размещения паблицити.
- Недостатки и преимущества паблицити. Паблицити и реклама: сходства и различия.
- Реклама: определение, функции.
- Институциональная реклама.
- Важность рекламы, недостатки, преимущества. Средства рекламы.
- Общественные дела: определение, функции, сходства с СО.
- Лоббирование: определение, функции, косвенное лоббирование, требования к лоббистам.
- Пресс-посредничество. Успешная пиар-кампания.