

Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль «Реклама и связи с общественностью»

1. Паспорт компетенции

1.1. Формулировка компетенции

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу, должен обладать компетенцией:

ОК-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
-------------	---

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку общекультурных компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

знать

- языковые единицы и закономерности их функционирования в рамках изучаемых тем;
- языковые единицы и закономерности их функционирования в рамках изучаемых тем. Содержание понятия коммуникации как вида деятельности, ее виды, факторы успешности. Виды и особенности внутренних и внешних каналов коммуникации в организации;
- языковые единицы и закономерности их функционирования в рамках изучаемых тем. Виды и особенности средств массовой коммуникации;
- языковые единицы и закономерности их функционирования в рамках изучаемых тем. Правила написания резюме и сопроводительного письма;
- языковые единицы и закономерности их функционирования в рамках изучаемых тем. Правила написания и оформления пресс-релиза;
- содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, грамматический материал по теме, краткую и полную схему анализа рекламы;
- сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола;
- содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, лексический репертуар средств, необходимых для представления графически оформленной информации;
- предмет, методы, функции теории коммуникации и сферы ее применения;
- определения механизмов коммуникации, критерии адекватного понимания в процессе коммуникации;
- определения основных моделей процесса коммуникации, видов и сфер коммуникативной

деятельности;

- научные подходы к трактовке идентичности, определения видов и составляющих идентичности;
- определения семиотических, синтаксических и пр. процессов в языке коммуникации;
- определения разного вида помех в коммуникации (неверное членение речевой цепи, проблемы соотнесения графики со звуками, различия в коннотативной маркированности лексики и т.д.);
- определения понятий малой группы, массовой и групповой коммуникации, критерии эффективности коммуникации;
- истоки и историю развития теории межкультурной коммуникации, идеи ученых-основателей и продолжателей развития науки. Виды межкультурной коммуникации;
- коммуникативные стратегии и правила их применения. Этикетные нормы общения и коммуникативные средства (тон, стиль, стратегии, тематика и т.д.);
- теоретические основы культуры речи;
- языковую норму, ее роль в становлении и функционировании литературного языка в его устной и письменной формах;
- функционально-стилевую дифференциацию современного русского литературного языка;
- принципы построения риторически правильной речи;
- основные виды коммуникации, характеристики массовой аудитории;
- теории массовой коммуникации и функции средств массовой коммуникации;
- положение и роль массовых коммуникаций в современном обществе;
- понятие, функции, рейтинги общественного мнения;
- понятие социальной проблемы, компоненты и типологии проблем. Направления и школы в объяснении природы социальных проблем. Субъективистский подход, конструктивизм;
- специфику влияния рекламы на общество;
- роль и место СМК в ПР-деятельности;

уметь

- составлять краткие письменные и полготовленные устные высказывания описательного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, вести подготовленный диалог-расспрос, понимать основное содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке;
- составлять краткие письменные и подготовленные и полуподготовленные устные высказывания описательного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, вести подготовленный диалог-приглашение, понимать основное содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке;
- составлять краткие письменные и подготовленные устные высказывания описательного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, вести полуподготовленный диалог-обмен мнениями, понимать основное содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке;
- составлять письменные и устные подготовленные высказывания повествовательного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, понимать содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке в разных режимах восприятия: в целом, в деталях, выборочно;
- составлять письменные и устные подготовленные высказывания описательного и дискуссионного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, вести подготовленный диалог-обсуждение, понимать содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке в разных режимах восприятия: в целом, в деталях, выборочно;
- составлять письменные и устные подготовленные высказывания описательного и дискуссионного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, высказывать свое мнение по поводу прочитанного/услышанного, вести подготовленный диалог-обсуждение, понимать содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке в разных режимах восприятия: в целом, в деталях, выборочно;
- составлять письменные и устные подготовленные и полуподготовленные высказывания описательного и дискуссионного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики,

вести подготовленный диалог-интервью, понимать содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке в разных режимах восприятия: в целом, в деталях, выборочно. Составлять и оформлять личное резюме и сопроводительное письмо;

- составлять письменные и устные подготовленные и полуподготовленного высказывания описательного и дискуссионного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, высказывать свое мнение по поводу прочитанного/услышанного, понимать содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке в разных режимах восприятия: в целом, в деталях, выборочно. Составлять и оформлять пресс-релиз;
- читать текст по теме в режиме полного понимания и просмотрового чтения (текст печатной рекламы и научные статьи о рекламе). Понимать неадаптированный звучащий текст диалогического характера по проблематике раздела. Участвовать в дискуссии «Плюсы и минусы рекламы». Выполнять устный анализ печатной рекламы. Создавать рекламный текст на иностранном языке;
- читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проект-презентацию «История одного бренда»;
- читать учебные и аутентичные тексты публицистического, научно-популярного стиля в ознакомительном и изучающем режиме. Понимать на слух запись дискуссии о маркетинговых стратегиях, интервью с экспертом по торговле, процедуре различных маркетинговых исследований. Осуществлять творческую интерпретацию опорного текста в диалогическом режиме. Проводить презентацию графически оформленной информации. Участвовать в ролевой игре по анализу потенциальной целевой аудитории и выбору маркетинговой стратегии продвижения нового продукта. Выполнять информационный анализ текста;
- выделять основные направления исследования в рамках изучаемой дисциплины, определять ее место в системе научного знания;
- анализировать механизмы коммуникации, выделять особенности вербального общения;
- выделять переменные коммуникации, ее участников и формы;
- анализировать составляющие идентичности, сопоставлять самоидентификацию и внешнюю идентификацию;
- анализировать типы получаемой и отправляемой информации, а также результаты ее влияния на потребителя;
- анализировать причины помех коммуникации разного уровня;
- анализировать основные параметры межличностной, групповой и массовой коммуникации;
- определять особенности каждого из видов МК, характеристики механизмов МК, особенности кодирования информации в процессе МК;
- определять причины коммуникативных сбоев и применять на практике способы их преодоления;
- осуществлять отбор нормативных языковых единиц;
- создавать композиционно продуманное, правильное и выразительное в словесном отношении сообщение на заданную тему;
- соотносить стиль и форму текста с принятыми в обществе правилами речевого общения;
- использовать виды, стили и тактики речевого общения в соответствии с требованиями конситуации;
- использовать разные виды социологического знания;
- анализировать теоретическую базу социологии МК;
- использовать разные виды социологического знания для анализа массовых коммуникаций;
- собирать и анализировать социологическую информацию по различным проблемам СМК и СМИ;
- собирать и анализировать социологическую информацию по различным проблемам волнующим общественное мнение;
- собирать и анализировать социологическую информацию по различным социальным проблемам;
- вырабатывать конкретные рекомендации по взаимодействию каналов массовой

коммуникации и рекламе;

– вырабатывать конкретные рекомендации по взаимодействию каналов массовой коммуникации и служб по связям с общественностью;

владеть

– правилами чтения английского языка, способами фонетического интонирования изучаемых структур, способами применения грамматических структур, речевыми формулами приветствия, прощания, знакомства, приемами работы со словарными источниками;

– правилами чтения английского языка, способами фонетического интонирования изучаемых структур, способами применения грамматических структур, речевыми формулами приглашения и предложения, приемами работы со специализированными словарями;

– способами фонетического интонирования изучаемых структур, способами применения грамматических структур, речевыми формулами запроса информации, приемами работы с грамматическими справочниками;

– способами фонетического интонирования изучаемых структур, способами применения грамматических структур, речевыми формулами нарратива, приемами работы с онлайн справочниками;

– способами применения грамматических структур, речевыми формулами делового совещания, приемами самостоятельной работы по закреплению лексического материала, способами реферирования текста в аспекте выделения ключевых слов и понятий;

– способами применения грамматических структур, техникой проведения и речевыми формулами интервью, приемами самостоятельной работы по обобщению грамматического материала, способами реферирования текста в аспекте выделения композиционных частей текста;

– способами применения грамматических структур, речевыми формулами собеседования, методикой анализа и оценки личного резюме и сопроводительного письма, способами реферирования текста в аспекте выделения темы и основной мысли текста;

– способами применения грамматических структур, приемами поиска дополнительной информации по теме или проблеме, методикой анализа и оценки пресс-релиза, способами реферирования текста в аспекте составления краткой аннотации к тексту;

– техникой литературного перевода на русский язык аутентичных профессионально ориентированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения;

– навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности содержащейся в нем информации;

– опорными элементами методик маркетингового исследования. Приемами проведения презентации. Схемой информационного анализа профессионально ориентированного текста;

– понятийным аппаратом изучаемой дисциплины;

– понятийным аппаратом данного раздела изучаемой дисциплины;

– понятийным аппаратом, навыками реализации речевых умений в учебной и профессиональной коммуникации;

– понятийным аппаратом данного раздела, навыками выявления индивидуального и институционального в коммуниканте;

– понятийным аппаратом данного раздела, навыками выявления факторов целенаправленного воздействия на аудиторию (прагматический аспект коммуникации);

– понятийным аппаратом данного раздела, навыками анализа помех коммуникации;

– понятийным аппаратом данного раздела, навыками выделения коммуникативных ролей и оптимизации коммуникации в разных группах;

– понятийным аппаратом данного раздела, навыками межкультурной компетенции;

– основным базовым понятийным аппаратом данного раздела. Владеть способами модифицирования собственного поведения с учетом ситуации общения;

– навыками создания и произнесения ортологически правильного и коммуникативно эффективного текста;

- приёмами выразительной и правильной речи в различных ситуациях общения;
- правилами отбора языковых средств с учетом их специфики и сферы функционирования в научном, официально-деловом, публицистическом и др. стилях;
- навыками, обеспечивающими эффективность речевой коммуникации;
- навыками анализа содержания сообщений массовой коммуникации;
- терминологическим аппаратом социологии массовой коммуникации;
- методами исследования массовой коммуникации и эффектов массовой коммуникации;
- технологическими приемами проведения исследования средств массовой коммуникации;
- навыками анализа содержания сообщений массовой коммуникации при формировании общественного мнения;
- методами исследования аудитории массовой коммуникации и эффектов массовой коммуникации.

1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	Пороговый (базовый) уровень (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	<input type="checkbox"/> демонстрирует базовый уровень знаний об основах устной и письменной коммуникации на иностранном языке, может передать профессиональную информацию коллегам и клиентам; <input type="checkbox"/> умеет конструктивно анализировать устную и письменную информацию на русском и иностранном языках; <input type="checkbox"/> владеет коммуникативными нормами русского языка, иностранным языком, может передать профессиональную информацию коллегам и клиентам
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	<input type="checkbox"/> демонстрирует глубокие знания коммуникативных особенностей устной и письменной речи на русском и иностранном языках; <input type="checkbox"/> умеет использовать основные коммуникативные нормы русского и иностранного языков в учебной и профессиональной деятельности; <input type="checkbox"/> владеет расширенным набором коммуникативных возможностей использования устных и письменных форм на русском и иностранном языках в профессиональной учебной деятельности;
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	<input type="checkbox"/> демонстрирует свободное владение коммуникативными нормами русского языка, имеет опыт взаимодействия на иностранном языке в решении профессиональных проблем <input type="checkbox"/> умеет использовать свои коммуникативные способности в устной и письменной формах на русском и иностранном языках <input type="checkbox"/> владеет иностранным языком на уровне контакта с носителями языка по профессиональным проблемам; может передать необходимую информацию коллегам и клиентам

2. Программа формирования компетенции

2.1. Содержание, формы и методы формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Содержание образования в терминах «знать», «уметь»,	Формы и методы
-------	--	---	----------------

		«владеть»	
1	Иностранный язык	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – языковые единицы и закономерности их функционирования в рамках изучаемых тем – языковые единицы и закономерности их функционирования в рамках изучаемых тем. Содержание понятия коммуникации как вида деятельности, ее виды, факторы успешности. Виды и особенности внутренних и внешних каналов коммуникации в организации – языковые единицы и закономерности их функционирования в рамках изучаемых тем. Виды и особенности средств массовой коммуникации – языковые единицы и закономерности их функционирования в рамках изучаемых тем. Правила написания резюме и сопроводительного письма – языковые единицы и закономерности их функционирования в рамках изучаемых тем. Правила написания и оформления пресс-релиза <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – составлять краткие письменные и полготовленные устные высказывания описательного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, вести подготовленный диалог-расспрос, понимать основное содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке – составлять краткие письменные и подготовленные и полуподготовленные устные высказывания описательного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, вести подготовленный диалог-приглашение, понимать основное содержание услышанного и 	практические занятия

		<p>прочитанного на иностранном языке</p> <p>– составлять краткие письменные и подготовленные устные высказывания описательного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, вести полуподготовленный диалог-обмен мнениями, понимать основное содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке</p> <p>– составлять письменные и устные подготовленные высказывания повествовательного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, понимать содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке в разных режимах восприятия: в целом, в деталях, выборочно</p> <p>– составлять письменные и устные подготовленные высказывания описательного и дискуссионного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, вести подготовленный диалог-обсуждение, понимать содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке в разных режимах восприятия: в целом, в деталях, выборочно</p> <p>– составлять письменные и устные подготовленные высказывания описательного и дискуссионного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, высказывать свое мнение по поводу прочитанного/услышанного, вести подготовленный диалог-обсуждение, понимать содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке в разных режимах восприятия: в целом, в деталях, выборочно</p> <p>– составлять письменные и устные подготовленные и полуподготовленного</p>	
--	--	--	--

		<p>высказывания описательного и дискуссионного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, вести подготовленный диалог-интервью, понимать содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке в разных режимах восприятия: в целом, в деталях, выборочно. Составлять и оформлять личное резюме и сопроводительное письмо</p> <p>– составлять письменные и устные подготовленные и полуподготовленного высказывания описательного и дискуссионного характера в рамках изучаемой тематики и проблематики, высказывать свое мнение по поводу прочитанного/услышанного, понимать содержание услышанного и прочитанного на иностранном языке в разных режимах восприятия: в целом, в деталях, выборочно. Составлять и оформлять пресс-релиз</p> <p>владеть:</p> <p>– правилами чтения английского языка, способами фонетического интонирования изучаемых структур, способами применения грамматических структур, речевыми формулами приветствия, прощания, знакомства, приемами работы со словарными источниками</p> <p>– правилами чтения английского языка, способами фонетического интонирования изучаемых структур, способами применения грамматических структур, речевыми формулами приглашения и предложения, приемами работы со специализированными словарями</p> <p>– способами фонетического интонирования изучаемых структур, способами применения грамматических структур, речевыми формулами запроса информации, приемами работы с грамматическими справочниками</p>	
--	--	--	--

		<p>– способами фонетического интонирования изучаемых структур, способами применения грамматических структур, речевыми формулами нарратива, приемами работы с онлайн справочниками</p> <p>– способами применения грамматических структур, речевыми формулами делового совещания, приемами самостоятельной работы по закреплению лексического материала, способами реферирования текста в аспекте выделения ключевых слов и понятий</p> <p>– способами применения грамматических структур, техникой проведения и речевыми формулами интервью, приемами самостоятельной работы по обобщению грамматического материала, способами реферирования текста в аспекте выделения композиционных частей текста</p> <p>– способами применения грамматических структур, речевыми формулами собеседования, методикой анализа и оценки личного резюме и сопроводительного письма, способами реферирования текста в аспекте выделения темы и основной мысли текста</p> <p>– способами применения грамматических структур, приемами поиска дополнительной информации по теме или проблеме, методикой анализа и оценки пресс-релиза, способами реферирования текста в аспекте составления краткой аннотации к тексту</p>	
2	Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью	<p>знать:</p> <p>– содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках</p>	лабораторные работы

		<p>изучаемой тематики, грамматический материал по теме, краткую и полную схему анализа рекламы</p> <ul style="list-style-type: none"> – сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола – содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, лексический репертуар средств, необходимых для представления графически оформленной информации <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – читать текст по теме в режиме полного понимания и просмотрового чтения (текст печатной рекламы и научные статьи о рекламе). Понимать неадаптированный звучащий текст диалогического характера по проблематике раздела. Участвовать в дискуссии «Плюсы и минусы рекламы». Выполнять устный анализ печатной рекламы. Создавать рекламный текст на иностранном языке – читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о 	
--	--	--	--

		<p>стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда».</p> <p>Подготовить и провести проект-презентацию «История одного бренда»</p> <p>– читать учебные и аутентичные тексты публицистического, научно-популярного стиля в ознакомительном и изучающем режиме. Понимать на слух запись дискуссии о маркетинговых стратегиях, интервью с экспертом по торговле, процедуре различных маркетинговых исследований.</p> <p>Осуществлять творческую интерпретацию опорного текста в диалогическом режиме.</p> <p>Проводить презентацию графически оформленной информации. Участвовать в ролевой игре по анализу потенциальной целевой аудитории и выбору маркетинговой стратегии продвижения нового продукта.</p> <p>Выполнять информационный анализ текста</p> <p>владеть:</p> <p>– техникой литературного перевода на русский язык аутентичных профессионально ориентированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения</p> <p>– навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств.</p> <p>Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности содержащейся в нем информации</p> <p>– опорными элементами методик маркетингового исследования.</p> <p>Приемами проведения презентации. Схемой информационного анализа профессионально ориентированного текста</p>	
3	Основы теории коммуникации	<p>знать:</p> <p>– предмет, методы, функции теории коммуникации и сферы ее</p>	лекции, практические занятия

		<p>применения</p> <ul style="list-style-type: none"> – определения механизмов коммуникации, критерии адекватного понимания в процессе коммуникации – определения основных моделей процесса коммуникации, видов и сфер коммуникативной деятельности – научные подходы к трактовке идентичности, определения видов и составляющих идентичности – определения семиотических, синтаксических и пр. процессов в языке коммуникации – определения разного вида помех в коммуникации (неверное членение речевой цепи, проблемы соотнесения графики со звуками, различия в коннотативной маркированности лексики и т.д.) – определения понятий малой группы, массовой и групповой коммуникации, критерии эффективности коммуникации – истоки и историю развития теории межкультурной коммуникации, идеи ученых-основателей и продолжателей развития науки. Виды межкультурной коммуникации – коммуникативные стратегии и правила их применения. Этикетные нормы общения и коммуникативные средства (тон, стиль, стратегии, тематика и т.д.) уметь: – выделять основные направления исследования в рамках изучаемой дисциплины, определять ее место в системе научного знания – анализировать механизмы коммуникации, выделять особенности вербального общения – выделять переменные коммуникации, ее участников и формы – анализировать составляющие идентичности, сопоставлять самоидентификацию и внешнюю 	
--	--	---	--

		<p>идентификацию</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать типы получаемой и отправляемой информации, а также результаты ее влияния на потребителя – анализировать причины помех коммуникации разного уровня – анализировать основные параметры межличностной, групповой и массовой коммуникации – определять особенности каждого из видов МК, характеристики механизмов МК, особенности кодирования информации в процессе МК – определять причины коммуникативных сбоев и применять на практике способы их преодоления <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийным аппаратом изучаемой дисциплины – понятийным аппаратом данного раздела изучаемой дисциплины – понятийным аппаратом, навыками реализации речевых умений в учебной и профессиональной коммуникации – понятийным аппаратом данного раздела, навыками выявления индивидуального и институционального в коммуниканте – понятийным аппаратом данного раздела, навыками выявления факторов целенаправленного воздействия на аудиторию (прагматический аспект коммуникации) – понятийным аппаратом данного раздела, навыками анализа помех коммуникации – понятийным аппаратом данного раздела, навыками выделения коммуникативных ролей и оптимизации коммуникации в разных группах – понятийным аппаратом данного раздела, навыками межкультурной компетенции – основным базовым 	
--	--	--	--

		<p>понятийным аппаратом данного раздела. Владеть способами модифицирования собственного поведения с учетом ситуации общения</p>	
4	Русский язык и культура речи	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы культуры речи – языковую норму, ее роль в становлении и функционировании литературного языка в его устной и письменной формах – функционально-стилевую дифференциацию современного русского литературного языка – принципы построения риторически правильной речи <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять отбор нормативных языковых единиц – создавать композиционно продуманное, правильное и выразительное в словесном отношении сообщение на заданную тему – соотносить стиль и форму текста с принятыми в обществе правилами речевого общения – использовать виды, стили и тактики речевого общения в соответствии с требованиями конситуации <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками создания и произнесения ортологически правильного и коммуникативно эффективного текста – приёмами выразительной и правильной речи в различных ситуациях общения – правилами отбора языковых средств с учетом их специфики и сферы функционирования в научном, официально-деловом, публицистическом и др. стилях – навыками, обеспечивающими эффективность речевой коммуникации 	<p>лекции, практические занятия, экзамен</p>
5	Социология массовых коммуникаций	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные виды коммуникации, характеристики массовой аудитории – теории массовой 	<p>лекции, практические занятия</p>

		<p>коммуникации и функции средств массовой коммуникации</p> <ul style="list-style-type: none"> – положение и роль массовых коммуникаций в современном обществе – понятие, функции, рейтинги общественного мнения – понятие социальной проблемы, компоненты и типологии проблем. Направления и школы в объяснении природы социальных проблем. Субъективистский подход, конструктивизм – специфику влияния рекламы на общество – роль и место СМК в ПР-деятельности <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать разные виды социологического знания – анализировать теоретическую базу социологии МК – использовать разные виды социологического знания для анализа массовых коммуникаций – собирать и анализировать социологическую информацию по различным проблемам СМК и СМИ – собирать и анализировать социологическую информацию по различным проблемам волнующим общественное мнение – собирать и анализировать социологическую информацию по различным социальным проблемам – выработать конкретные рекомендации по взаимодействию каналов массовой коммуникации и рекламе – выработать конкретные рекомендации по взаимодействию каналов массовой коммуникации и служб по связям с общественностью <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа содержания сообщений массовой коммуникации – терминологическим аппаратом социологии массовой 	
--	--	---	--

		<p>коммуникации</p> <p>– методами исследования массовой коммуникации и эффектов массовой коммуникации</p> <p>– технологическими приемами проведения исследования средств массовой коммуникации</p> <p>– навыками анализа содержания сообщений массовой коммуникации при формировании общественного мнения</p> <p>– методами исследования аудитории массовой коммуникации и эффектов массовой коммуникации</p>	
--	--	---	--

2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Иностранный язык	+	+	+	+						
2	Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью						+	+	+		
3	Основы теории коммуникации			+							
4	Русский язык и культура речи	+	+								
5	Социология массовых коммуникаций					+	+				

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Иностранный язык	Контрольная работа. Опрос. Проект. Дискуссия. Имитационная игра. Ролевая игра. Аттестация с оценкой. Зачет. Кейс-задача. Деловая игра.
2	Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью	Контрольная работа. Опрос. Дискуссия. Тест. Аттестация с оценкой. Проект. Ролевая игра.
3	Основы теории коммуникации	1. Опрос (на практических занятиях). 2. Тест (контрольные работы по изучаемым темам). 3. Реферат (СРС). 4. Зачет.
4	Русский язык и культура речи	Опрос. Контрольная работа. Конспект лекции. Собеседование. Тест. Экзамен.
5	Социология массовых коммуникаций	Контрольная работа. Проект. Реферат. Тест. Кейс-задача. Аттестация с оценкой.