

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета психологии

  
Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

**Деловые коммуникации в PR и рекламе/  
Business communications in PR and advertising**

по направлению подготовки

**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**


Направленность (профиль) подготовки:  
**«Цифровой бренд-менеджмент»**


Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Магистр**

Год приема  
**2023**

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.02

СОГЛАСОВАНО:  
Руководитель ОПОП  
 Д. И. Спичева

Председатель УМК  
 Э.А. Щеглова

Томск – 2023

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

- УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и межкультурного взаимодействия.
- ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
- ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
- ПК-2 Способен к разработке коммуникационной стратегии.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК 4.1. Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.

ИУК 4.2. Применяет современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.

ИУК 4.3. Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.

ИОПК-1.1. Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.

ИОПК-1.2. Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.

ИОПК-1.3. Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в том числе на иностранном языке.

ИОПК 3.1. Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникативные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту.

ИОПК 3.2. Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.

ИОПК 3.3. Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.

ИПК 2.3. Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).

## **2. Задачи освоения дисциплины**

- Формирование у будущих магистров комплекса соответствующих компетенций в сфере деловой межкультурной коммуникации на английском языке, необходимых для успешного осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, реализуемых посредством новых медиа.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.02).

#### **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Семестр 2, зачет; семестр 3, экзамен.

#### **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Дисциплина организационно-методически и содержательно связана со следующими дисциплинами: «Лидерство и руководство командной работой», «Профессиональная коммуникация на иностранном языке \* Professional communication in a foreign language», «Коммуникационный менеджмент», «Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента», «Русский язык и культура речи»; «Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line \* Intercultural business communication», «Антропология и семиотика цифровых коммуникаций», «Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом», «Менеджмент профессиональной траектории», «Бренд города: лучшие мировые практики», «Мой друг – робот. Введение в социальную робототехнику»;

- и практиками: «Научно-исследовательская работа», «Технологическая практика», «Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика», «Научно-исследовательская работа».

#### **6. Язык реализации**

Русский

#### **7. Объем дисциплины (модуля)**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часа, из которых:

- лекционные занятия: 16 ч;
- практические занятия: 30 ч;
- практическая подготовка: 4 ч.;

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

#### **8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам**

1. Основы деловой коммуникации в PR и рекламе./The fundamentals of business communications in PR and advertising. What makes a successful communicator?/Как стать успешным коммуникатором.
2. Writing for business: Letters and e-mails./Письменные деловые коммуникации: написание писем на английском языке.
3. Presenting in English: Persuasive speaking and Power Presentations./ Подготовка презентаций на английском языке: как выступить убедительно и грамотно подготовить презентацию на английском языке.
4. Основы деловой коммуникации в PR и рекламе./The fundamentals of business communications in PR and advertising.
5. What makes a successful communicator?/Как стать успешным коммуникатором.
6. Writing for business: Letters and e-mails./Письменные деловые коммуникации: написание писем на английском языке.
7. Presenting in English: Persuasive speaking and Power Presentations./ Подготовка презентаций на английском языке: как выступить убедительно и грамотно подготовить презентацию на английском языке.
8. Business socializing in English: Opening a conversation./Деловое общение на английском: как начать разговор.
9. Business socializing in English: Making conversations./Деловое общение на английском: как поддержать беседу.
10. Business socializing in English: Making arrangements./Деловое общение на английском: как договориться с партнером.

11. Business socializing in English: Leave-taking./Деловое общение на английском: как попрощаться.
12. What is negotiation? Basic points. / Переговоры. Основные моменты.
13. Stages of negotiation./ Этапы переговоров.
14. Negotiation strategies./ Стратегии переговоров.
15. How to negotiate successfully: Negotiator qualities./ Как успешно вести переговоры: важные характеристики.
16. What is negotiation? Basic points. / Переговоры. Основные моменты.
17. Stages of negotiation:
  1. Preparation
  2. Discussion
  3. Clarification of goals
  4. Negotiate towards a Win-Win outcome
  5. Agreement
  6. Implementation of a course of action./
 Этапы переговоров:
  1. Подготовка ОР-
  2. Обсуждение
  3. Постановка целей
  4. Достижение взаимовыгодного соглашения
  5. Планирование деятельности
18. Negotiation strategies: problem solving, contending, yielding, compromising, inaction./ Стратегии переговоров: принятие решений, убеждение, компромисс, бездействие.
19. How to negotiate successfully: Negotiator qualities./ Как успешно вести переговоры: важные характеристики.
20. Negotiating in English: Preparing to negotiate./ Переговоры на английском: подготовка.
21. Negotiating in English: Making proposals./ Переговоры на английском: как сделать предложение.
22. Negotiating in English: Reaching agreement./Переговоры на английском: как достичь соглашения.
23. Negotiating in English: Concluding the deal./Переговоры на английском: завершаем сделку.

№	Наименование разделов и тем	Всего (час.)	Совместная работа с обучающимся (час.)		Самостоятельная работа (час.)
			лекции	практики	
1.	Основы деловой коммуникации в PR и рекламе./The fundamentals of business communications in PR	4	2		2

	and advertising. What makes a successful communicator?/Как стать успешным коммуникатором.				
2.	Writing for business: Letters and e-mails./Письменные деловые коммуникации: написание писем на английском языке.	4	2		2
3.	Presenting in English: Persuasive speaking and Power Presentations./ Подготовка презентаций на английском языке: как выступить убедительно и грамотно подготовить презентацию на английском языке.	4	2		2
4.	Основы деловой коммуникации в PR и рекламе./The fundamentals of business communications in PR and advertising.	4	2		2
5.	What makes a successful communicator?/Как стать успешным коммуникатором.	4	2		2
6.	Writing for business: Letters and e-mails./Письменные деловые коммуникации: написание писем на английском языке.	4	2		2
7.	Presenting in English: Persuasive speaking and Power Presentations./ Подготовка презентаций на английском языке: как выступить убедительно и грамотно подготовить презентацию на английском языке.	4	2		2
8.	Business socializing in English: Opening a conversation./Деловое общение на английском: как начать разговор.	4	2		2
9.	Business socializing in English: Making conversations./Деловое общение на английском: как поддержать беседу.	4		2	2
10.	Business socializing in English: Making arrangements./Деловое общение на английском: как договориться с партнером.	4		2	2
11.	Business socializing in English: Leave-taking./Деловое общение на английском: как	4		2	2

	попрощаться.				
12.	What is negotiation? Basic points. / Переговоры. Основные моменты.	4		2	2
13.	Stages of negotiation./ Этапы переговоров.	4		2	2
14.	Negotiation strategies./ Стратегии переговоров.	4		2	2
15.	How to negotiate successfully: Negotiator qualities./ Как успешно вести переговоры: важные характеристики.	4		2	2
16.	What is negotiation? Basic points. / Переговоры. Основные моменты.	4		2	2
17.	Stages of negotiation: 1. Preparation 2. Discussion 3. Clarification of goals 4. Negotiate towards a Win-Win outcome 5. Agreement 6. Implementation of a course of action./ Этапы переговоров: 1. Подготовка ОР- 2. Обсуждение 3. Постановка целей 4. Достижение взаимовыгодного соглашения 5. Планирование деятельности.	4		2	2
18.	Negotiation strategies: problem solving, contending, yielding, compromising, inaction./ Стратегии переговоров: принятие решений, убеждение, компромисс, бездействие.	4		2	2
19.	How to negotiate successfully: Negotiator qualities./ Как успешно вести переговоры: важные характеристики.	4		2	2
20.	Negotiating in English: Preparing to negotiate./ Переговоры на английском: подготовка.	4		2	2
21.	Negotiating in English: Making proposals./ Переговоры на английском: как сделать предложение.	4		2	2
22.	Negotiating in English: Reaching agreement./ Переговоры на английском: как достичь соглашения.	10		2	8

23.	Negotiating in English: Concluding the deal./Переговоры на английском: завершаем сделку	11.45		2	9.45
	КРто	2.55			
	<b>ИТОГО:</b>	<b>144</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>59.45</b>

## 9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль проводится регулярно на практических занятиях с целью получения оперативной информации об усвоении учебного материала и диагностики сформированности компетенций.

## 10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

**Зачет во 2 семестре и экзамен в 3 семестре** предполагает подготовку обучающегося по заданиям, отражающим основные темы курса, устный ответ преподавателю на вопросы по темам курса.

Результаты зачета и экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Зачет в зачетную книжку студента проставляется при условии сдачи устного зачета на оценку не ниже «удовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

## 11. Учебно-методическое обеспечение

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Деловые коммуникации в PR и рекламе./Business communications in PR and advertising»
- 2) Электронные презентации основного содержания дисциплины «Деловые коммуникации в PR и рекламе./Business communications in PR and advertising».

## 12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

### а) Основная литература:

1. Wallwork, A. Email and Commercial Correspondence electronic resource : A Guide to Professional English. New York, NY : Springer New York: Imprint: Springer, 2014. - 164 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0635-2>
2. Wallwork, A. Meetings, Negotiations, and Socializing electronic resource : A Guide to Professional English. New York, NY: Springer New York : : Imprint: Springer, 2014. - 178 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0632-1>

3. Wallwork, A. Presentations, Demos, and Training Sessions electronic resource. New York, NY : Springer New York : : Imprint: Springer, , 2014. - 240 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0644-4>
4. Кокорина Е.А. English for students of PR and advertising. National Research, 2019. - Электронный ресурс:  
<https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=6ae00bc4-ce94-410e-b36e-3d02490b6cd5%40redis&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHNzbyZsYW5nPXJlJnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#db=cat07729a&AN=tsu.iprbooks86542>

б) Дополнительная литература:

1. Lafond, C., Vine, S., Welch, B. English for negotiating. Oxford [a. o.] : Oxford University Press, 2012. - 88 p. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000487967/000487967.pdf>
2. McCarthy, A. Advanced Negotiation Techniques electronic resource. Berkeley, CA: Apress: Imprint: Apress, 2015. - 176 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4842-0850-2>
3. McCarthy, A., Martinovsky, S. H. B.(ed) Emotion in Group Decision and Negotiation electronic resource. Dordrecht: Springer Netherlands: Imprint: Springer, 2015. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-94-017-9963-8>
4. King D., Socialising Electronic resource. Peaslake : Delta Publishing, 2005. - 64 p. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000582125/000582125.pdf>
5. Opresnik, Marc O. The Hidden Rules of Successful Negotiation and Communication electronic resource : Getting to Yes! Cham: Springer International Publishing: Imprint: Springer, 2014. - 136 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-06194-8>
6. Wallwork, A. CVs, Resumes, and LinkedIn electronic resource : A Guide to Professional English. New York, NY: Springer New York: Imprint: Springer, , 2014. - 200 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0647-5>
7. Wallwork, A. Telephone and Helpdesk Skills electronic resource: A Guide to Professional English. New York, NY: Springer New York: Imprint: Springer, 2014. – 178 p. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-0638-3>
8. Агабекян И.П. English for managers: учебное пособие. Москва: Проспект, 2019. — 352 с. Электронный ресурс:  
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392280766.html>
9. Гаврилов А.Н., Даниленко Л.П. Английский язык. Разговорная речь. Modern American English. Communication gambits: учебник и ипрактикум для вузов. М: Юрайт, 2019. — 129 с. Электронный ресурс  
<http://www.biblio-online.ru/book/E8B32398-B739-4D2A-B2CB-A4BFBD64FD37>
10. Ступникова Л. В. Английский язык в международном бизнесе. English in international business activities : Учебное пособие для вузов. Москва: Юрайт , 2020. - 216 с. URL: <https://urait.ru/bcode/456438>
11. Яшина Т.А. English for Business Communication. Английский язык для делового общения: учебное пособие. Москва: Флинта , 2016. - 110 с.

в) ресурсы сети Интернет:



- 1) НБ НИ ТГУ. Ссылки Интернет. Языкознание – Режим доступа: [ <http://lib.tsu.ru/ru/yazykoznanie> ]
- 2) Полиглот. Английский язык за 16 часов. – Режим доступа: [<http://www.english-polyglot.com/>]
- 3) BBC. – Режим доступа: [<http://www.bbc.com/>]
- 4) Independent. – Режим доступа: [<http://www.independent.co.uk/news/media>]
- 5) Polyglot Club. – Режим доступа: [<http://polyglotclub.com/>]
- 6) Ted Talks. – Режим доступа: [<https://www.ted.com/talks>]
- 7) Science Direct
- 8) Science index

### 13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

### 14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения лекционных и практических занятий, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенные компьютерами, подключенными к Интернету.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения лекционных и практических занятий, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»), в ситуации, обусловленной факторами макросреды.

### 15. Информация о разработчиках

Полянская Е.В., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций ТГУ.