Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Рабочая программа дисциплины

Иностранный язык делового и профессионального общения

Направление подготовки	Реклама и связи с общественностью
Код	42.04.01
Направленность (профиль)	Интегрированные коммуникации и диджитал-маркетинг
Квалификация выпускника	Магистр

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 039CF0930035B466A44637ABB04B6AF49F
Владелец: ПОПОВ ВАСИЛИЙ ГАВРИИЛОВИЧ
Действителен: с 23.04.2026 до 23.07.2027

Москва
2025

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	**Категория компетенций**	**Код**
Универсальные	Коммуникация	УК-4

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	**Формулировка компетенции**	**Индикаторы достижения компетенции**
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить устную и письменную речь. УК-4.2 Грамотно строит коммуникацию, исходя из целей и ситуации; использует коммуникативно приемлемые стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами. УК-4.3 Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках. УК-4.4 Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном (-ых) языке (ах). УК-4.5 Демонстрирует умение выполнять перевод текстов иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и).

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	**Знать**	**Уметь**	**Владеть**
Код компетенции	**УК-4**		

	- культуру и традиции стран изучаемого языка, правила речевого этикета; модели социальных ситуаций и типичные сценарии взаимодействия участников межкультурной коммуникации - современные коммуникативные технологии, обеспечивающие эффективное профессиональное взаимодействие; особенности использования вербальных и/или невербальных средств коммуникаций - поисковые и библиотечные системы, содержащие достоверную информацию, необходимую для решения профессиональных задач, на государственном и иностранном (-ых) языках; правила речевого и неречевого поведения, необходимые для успешного осуществления межкультурного общения, публичных выступлений, ведения переговоров, деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций	- строить общение в соответствии с социально-культурными традициями носителей иностранного языка - планировать и организовать профессиональные контакты, целью которых является обмен информацией с участниками взаимодействия в рамках совместной деятельности; выбирать эффективные коммуникативные технологии и средства общения с учетом особенностей реализуемых профессиональных контактов; применить наиболее эффективные вербальные и/или невербальные средства коммуникаций; вести диалог, соблюдая нормы речевого этикета, используя различные стратегии; выстраивать монолог - планировать и организовать использование информационно-коммуникационные технологии для поиска, обработки и представления (визуализации, интерактивной демонстрации, интеграции) информации; пользоваться поисковыми системами при решении профессиональных задач; осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из разных источников и баз данных;	- навыками адекватного и уместного использования языковых средств в речевом общении в соответствии с нормами, принятыми в конкретной лингвокультуре; знаниями этических и нравственных норм поведения представителей разных культур в ситуациях межкультурного общения - методами разработки единой стратегии взаимодействия, реализуемой совместно с другими участниками профессиональных контактов; методами практического применения эффективных коммуникативных технологий с учетом особенностей реализуемых профессиональных контактов; практикой использования эффективных вербальных и/или невербальных средств коммуникаций - методами поиска, анализа, обработки и представления деловой информации на основе использования информационно-коммуникационных технологий при

	- принципы анализа и критической оценки устной и письменной деловой информации на русском, родном и иностранном (-ых) языках - специфику артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в изучаемом языке; коммуникативные формулы и клише для практического осуществления коммуникации на иностранном языке	- понимать содержание научно-популярных и научных текстов, блогов/веб-сайтов на русском, родном и иностранном (-ых) языках - практически применять фонетические, грамматические и лексические знания в процессе коммуникации на общие и профессиональные темы; продуцировать различные типы текстов с учетом их коммуникативной направленности	решении профессиональных задач - навыками выделения значимой информации из научных, профессиональных и справочно-информационных текстов на русском, родном и иностранном (-ых) языках - навыками устной и письменной речи; навыками устного и письменного перевода текстов общего и профессионального содержания; навыками осуществления коммуникации на иностранном языке в различных ситуациях, а также в профессиональной деятельности.

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана ОПОП. Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими дисциплинами, как: «Коммуникации бренда на маркетплейсе», «Производственная практика», «Профессионально-творческая практика» и др.

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные и общепрофессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

В рамках освоения программы магистратуры выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: производственно-технологический (основной); организационно-управленческий; проектно-аналитический; научно-исследовательский.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Интегрированные коммуникации и диджитал-маркетинг.

5. Объем дисциплины

Виды учебной работы	***Формы обучения***
	Очно-заочная

Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	6/216
Контактная работа:	32
Занятия лекционного типа	
Занятия семинарского типа	32
Промежуточная аттестация: **зачет, экзамен**	27,1
Самостоятельная работа (СРС)	156,9

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1 Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самостоятельная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	*Иные учебные занятия*	*Практические занятия*	*Семинары*	*Лабораторные работы*	*Иные*	
1.	Организация				3			13
2.	Бренды				3			13
3.	Торговля				3			13
4.	Реклама				3			13
5.	Деньги				3			13
6.	Конкуренция				3			13
7.	Принятие решений				3			13
8.	Проведение деловых встреч, переговоров				3			13
9.	Деловые контакты				3			13
10.	Коммуникации				3			13
11.	Решение проблем				1			13
12.	Инновации				1			13,9
	Итого				32			156,9
	Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	27,1						
	Итого	216						

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины

1.	Организация	Words and expressions to describe company structure. Чтение: A successful organization. Case Study «In Step's relocation»: Decide on the relocation site of a shoe manufacturer
2.	Бренды	Аудирование : An interview with a management consultant. Words that go with brand, product and market. Present simple and present continuous. Подготовить сообщение об известном бренде.
3.	Торговля	Words and expressions for talking about trade. Прослушивание текстов и диалогов в режиме on-line, выполнение заданий на аудирование. Сложноподчиненные предложения с придаточными условия. Выполнение грамматических упражнений.
4.	Реклама	Words and expressions for talking about advertising. Articles Чтение: A new kind of campaign. Аудирование и выполнение заданий к тексту: An interview with a marketing communications executive. Case Study «Alpha Advertising»: Develop an advertising campaign. Составление текста рекламного объявления
5.	Деньги	Words and expressions for talking about finance. Do a quiz and discuss attitudes to money. Describing trends. Dealing with figures. Make your pitch: Present a new idea to investors
6.	Конкуренция	Do a quiz on how competitive you are. : An interview with a manager from the Competition Commission. Запись основных мыслей и фактов из аудиотекста. Idioms from sport to describe competition. Case Study «Fashion House: Negotiate new contracts with suppliers». Writing: e-mail
7.	Принятие решений.	Collocations with the word decision. Фразовые глаголы. Reading comprehension. Выполнение грамматических упражнений. Video How to Improve Decision Making и обсуждение просмотренного материала.
8.	Проведение деловых встреч, переговоров	Words and expressions for talking about meetings and negotiations. How to prepare for negotiations and meetings. Аудирование, составление диалогов. Выполнение грамматических упражнений
9.	Деловые контакты.	Чтение дополнительных материалов –общественно-политических газетных и журнальных статей; текстов из интернета. Выполнение заданий на понимание основного содержания текста и запрашиваемой специфической информации
10.	Коммуникации	Definition of communication. External communication (communication between companies and their customers). (Аудирование) Internal communication (communication within a company) Чтение текста и ответы на вопросы. Past Perfect.
11.	Решение проблем	Words and expressions for talking about problem-solving. Problem-solving steps and skills. Подготовить презентацию. Выполнение грамматических упражнение.

12.	Инновации	Four types of business innovation (product innovation, process innovation, marketing innovation, and organizational innovation) Подготовить презентацию. Present Perfect and Past Perfect.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Организация	Words and expressions to describe company structure. Чтение: A successful organization. Case Study «In Step's relocation»: Decide on the relocation site of a shoe manufacturer
2.	Бренды	Аудирование: An interview with a management consultant. Words that go with brand, product and market. Present simple and present continuous. Подготовить Сообщение об известном бренде.
3.	Торговля	Words and expressions for talking about trade. Прослушивание текстов и диалогов в режиме on-line, выполнение заданий на аудирование. Сложноподчиненные предложения с придаточными условия. Выполнение грамматических упражнений.
4.	Реклама	Words and expressions for talking about advertising. Articles Чтение: A new kind of campaign. Аудирование и выполнение заданий к тексту: An interview with a marketing communications executive. Case Study «Alpha Advertising»: Develop an advertising campaign. Составление текста рекламного объявления
5.	Деньги	Words and expressions for talking about finance. Do a quiz and discuss attitudes to money. Describing trends. Dealing with figures. Make your pitch: Present a new idea to investors
6.	Конкуренция	Do a quiz on how competitive you are. : An interview with a manager from the Competition Commission. Запись основных мыслей и фактов из аудиотекста. Idioms from sport to describe competition. Case Study «Fashion House: Negotiate new contracts with suppliers» Writing: e-mail
7.	Принятие решений.	Collocations with the word decision. Фразовые глаголы. Reading comprehension. Выполнение грамматических упражнений. Video How to Improve Decision Making и обсуждение просмотренного материала.
8.	Проведение деловых встреч, переговоров	Words and expressions for talking about meetings and negotiations. How to prepare for negotiations and meetings. Аудирование, составление диалогов. Выполнение грамматических упражнений
9.	Деловые контакты.	Чтение дополнительных материалов –общественно-политических газетных и журнальных статей; текстов из интернета. Выполнение заданий на понимание основного

		содержания текста и запрашиваемой специфической информации
10.	Коммуникации	Definition of communication. External communication (communication between companies and their customers). (Аудирование) Internal communication (communication within a company) Чтение текста и ответы на вопросы. Past Perfect.
11.	Решение проблем	Words and expressions for talking about problem-solving. Problem-solving steps and skills. Подготовить презентацию. Выполнение грамматических упражнение.
12.	Инновации	Four types of business innovation (product innovation, process innovation, marketing innovation, and organizational innovation) Подготовить презентацию. Present Perfect and Past Perfect.

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Организация	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
2.	Бренды	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект, творческий проект, тестирование.
3.	Торговля	Опрос, исследовательский проект, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
4.	Реклама	Опрос, проблемно-аналитическое задание, творческий проект.
5.	Деньги	Опрос, проблемно-аналитическое задание, эссе.
6.	Конкуренция	Опрос, творческий проект, тестирование.
7.	Принятие решений.	Опрос, проблемно-аналитические задания, творческий проект, задание к интерактивному занятию.
8.	Проведение деловых встреч, переговоров	Опрос, исследовательский проект, проблемно-аналитическое задание, задание к интерактивному занятию.
9.	Деловые контакты.	Опрос, проблемно-аналитическое задание, творческий проект.
10.	Коммуникации.	Опрос, проблемно-аналитическое задание, эссе.
11.	Решение проблем.	Опрос, творческий проект, тестирование.
12.	Инновации	Опрос, проблемно-аналитическое задание, эссе.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература:

1. Терещенко, Ю. А. Деловой английский язык : учебное пособие для магистрантов / Ю. А. Терещенко. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 76 с. — ISBN 978-5-4486-0567-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85745.html
2. Костерина, Ю. Е. Деловой английский язык = Business English : учебное пособие / Ю. Е. Костерина, М. В. Ласица, С. Ю. Вязигина. — Омск : Омский государственный технический университет, 2020. — 96 с. — ISBN 978-5-8149-2981-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115417.html.

8.2 Дополнительная литература:

1. Практический курс первого иностранного языка (английский язык) для студентов 4 курса : учебно-методическое пособие / . — Набережные Челны : Набережночелнинский государственный педагогический университет, 2016. — 110 с. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/64638.html .
2. Практический курс первого иностранного языка (английский язык) для студентов 5 курса : учебно-методическое пособие / . — Набережные Челны : Набережночелнинский государственный педагогический университет, 2016. — 129 с. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/64639.html .

8.3 Периодические издания:

Креативная экономика и социальные инновации
http://www.iprbookshop.ru/50914.html
Евразийская интеграция: экономика, право, политика
http://www.iprbookshop.ru/87284.html
Территория науки
http://www.iprbookshop.ru/41222.html
Ученые записки ИМЭИ
http://www.iprbookshop.ru/44321.html
Актуальные вопросы современной науки
http://www.iprbookshop.ru/45755.html
Евразийский вестник гуманитарных исследований
http://www.iprbookshop.ru/45763.html
Управление в современных системах
http://www.iprbookshop.ru/80256.html

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронная библиотечная система www.biblioclub.ru
2. Сайт Ассоциации коммуникационных агентств России - http://www.akarussia.ru/
3. Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью - www.raso.ru
4. www.pronline.ru – сайт содержит статьи в области коммуникативного менеджмента, рецензии, ссылки, а также профессиональные форумы.
5. www.brandmedia.ru – рекламный центр
6. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/

7. Рекламные идеи: http://www.advi.ru/
8. Информационный сайт "Все о рекламе в России": www.rwr.ru

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. Работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;

2. Внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;

3. Выполнение самостоятельных практических работ;

4. Подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Microsoft Windows Server;

2.Семейство ОС Microsoft Windows;

3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;

4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

13.Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для

демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («*мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- *диспут;*
- *анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач;*
- *ролевая игра;*
- *круглый стол;*
- *мини-конференция;*
- *дискуссия;*
- *беседа.*

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов с инвалидностью и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

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

Приложение

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Иностранный язык делового и профессионального общения

Направление подготовки	Реклама и связи с общественностью
Код	42.04.01
Направленность (профиль)	Интегрированные коммуникации и диджитал-маркетинг
Квалификация выпускника	Магистр

Москва
2025

1. ***Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы***

Группа компетенций	**Категория компетенций**	**Код**
Универсальные	Коммуникация	УК-4

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	**Формулировка компетенции**	**Индикаторы достижения компетенции**
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить устную и письменную речь. УК-4.2 Грамотно строит коммуникацию, исходя из целей и ситуации; использует коммуникативно приемлемые стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами. УК-4.3 Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках. УК-4.4 Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном (-ых) языке (ах). УК-4.5 Демонстрирует умение выполнять перевод текстов иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и).

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	**Знать**	**Уметь**	**Владеть**
Код компетенции	**УК-4**		

	- культуру и традиции стран изучаемого языка, правила речевого этикета; модели социальных ситуаций и типичные сценарии взаимодействия участников межкультурной коммуникации - современные коммуникативные технологии, обеспечивающие эффективное профессиональное взаимодействие; особенности использования вербальных и/или невербальных средств коммуникаций - поисковые и библиотечные системы, содержащие достоверную информацию, необходимую для решения профессиональных задач, на государственном и иностранном (-ых) языках; правила речевого и неречевого поведения, необходимые для успешного осуществления межкультурного общения, публичных выступлений, ведения переговоров, деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций	- строить общение в соответствии с социально-культурными традициями носителей иностранного языка - планировать и организовать профессиональные контакты, целью которых является обмен информацией с участниками взаимодействия в рамках совместной деятельности; выбирать эффективные коммуникативные технологии и средства общения с учетом особенностей реализуемых профессиональных контактов; применить наиболее эффективные вербальные и/или невербальные средства коммуникаций; вести диалог, соблюдая нормы речевого этикета, используя различные стратегии; выстраивать монолог - планировать и организовать использование информационно-коммуникационные технологии для поиска, обработки и представления (визуализации, интерактивной демонстрации, интеграции) информации; пользоваться поисковыми системами при решении профессиональных задач; осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из разных источников и баз данных;	- навыками адекватного и уместного использования языковых средств в речевом общении в соответствии с нормами, принятыми в конкретной лингвокультуре; знаниями этических и нравственных норм поведения представителей разных культур в ситуациях межкультурного общения - методами разработки единой стратегии взаимодействия, реализуемой совместно с другими участниками профессиональных контактов; методами практического применения эффективных коммуникативных технологий с учетом особенностей реализуемых профессиональных контактов; практикой использования эффективных вербальных и/или невербальных средств коммуникаций - методами поиска, анализа, обработки и представления деловой информации на основе использования информационно-коммуникационных технологий при

	- принципы анализа и критической оценки устной и письменной деловой информации на русском, родном и иностранном (-ых) языках - специфику артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в изучаемом языке; коммуникативные формулы и клише для практического осуществления коммуникации на иностранном языке	- понимать содержание научно-популярных и научных текстов, блогов/веб-сайтов на русском, родном и иностранном (-ых) языках - практически применять фонетические, грамматические и лексические знания в процессе коммуникации на общие и профессиональные темы; продуцировать различные типы текстов с учетом их коммуникативной направленности	решении профессиональных задач - навыками выделения значимой информации из научных, профессиональных и справочно-информационных текстов на русском, родном и иностранном (-ых) языках - навыками устной и письменной речи; навыками устного и письменного перевода текстов общего и профессионального содержания; навыками осуществления коммуникации на иностранном языке в различных ситуациях, а также в профессиональной деятельности.

3.2. Критерии оценки знаний студентов

Шкала оценивания	**Индикаторы достижения**	**Показатели оценивания результатов обучения**
ОТЛИЧНО/Зачтено	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки

		- выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/Зачтено	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Зачтено	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Не зачтено	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/ зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.

4. Типовые контрольные задания (закрытого, открытого и иного типа) для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

ТЕСТИРОВАНИЕ

1 СЕМЕСТР
УК-4

1. What does the word "brand" most commonly mean in advertising?
a) A type of product color
b) A company's name, logo, or identity
c) A sales discount
Ответ: b) A company's name, logo, or identity

2. Choose the correct word: "This campaign will help us _____ market share."
a) loose
b) lose
c) gain
Ответ: c) gain

3. Complete the sentence: "If we _____ more on social media, sales would increase."
a) advertises
b) advertised
c) advertising
Ответ: b) advertised

4. Rewrite in passive: "The agency designed the slogan."
a) The slogan was designed by the agency.
b) The agency was designed the slogan.
c) The slogan designed the agency.
Ответ: a) The slogan was designed by the agency.

5. Choose the correct form: "By next year, we _____ this campaign for two months."

a) will run
b) will have been running
c) ran
Ответ: b) will have been running

6. Read the text:

Discover EcoClean, the new detergent that cleans your clothes without harming the planet. Made from natural ingredients, it's tough on stains but gentle on the Earth. Buy now and get 20% off your first order!"
What is the main benefit of EcoClean?
a) It's cheap
b) It cleans without harming the environment
c) It has artificial colors
Ответ: b) It cleans without harming the environment

7. Read the text:

Discover EcoClean, the new detergent that cleans your clothes without harming the planet. Made from natural ingredients, it's tough on stains but gentle on the Earth. Buy now and get 20% off your first order!"

What offer is mentioned?
a) Free shipping
b) 20% off first order
c) Buy one get one free
Ответ: b) 20% off first order

8. Which phrase means to promote a product heavily?
a) Run a trial
b) Push the sales
c) Cut the budget
Ответ: b) Push the sales

9. Complete the email: "Thank you for your interest in our ad space. We look forward to _____ from you soon."
a) hear
b) heard
c) hearing
Ответ: c) hearing

10. The agency got it _____. That's not the direction we wanted to go with this.
a) incorrect
b) all wrong
c) improper
d) mistaken
Ответ: b) all wrong

11. *Read the text and answer the questions: In today's digital age, public relations professionals must adapt to social media trends. A successful PR campaign not only builds brand loyalty but also engages audiences through interactive content. For example, Coca-Cola's "Share a Coke" campaign personalized bottles with names, leading to millions of user-generated posts. This*

approach boosted sales by 2% and increased brand mentions online by 7%. However, experts warn that without authentic messaging, such strategies can backfire. What is the main idea of the text?
a) Social media is useless for PR.
b) PR must adapt to digital trends.
c) Coca-Cola failed its campaign.
d) Sales always decrease with PR.
Ответ: b) PR must adapt to digital trends

12. *Read the text and answer the questions: In today's digital age, public relations professionals must adapt to social media trends. A successful PR campaign not only builds brand loyalty but also engages audiences through interactive content. For example, Coca-Cola's "Share a Coke" campaign personalized bottles with names, leading to millions of user-generated posts. This approach boosted sales by 2% and increased brand mentions online by 7%. However, experts warn that without authentic messaging, such strategies can backfire.* The "Share a Coke" campaign succeeded because it was _____.
a) expensive
b) personalized
c) traditional
d) boring
Ответ: b) personalized

13. *Read the text and answer the questions: In today's digital age, public relations professionals must adapt to social media trends. A successful PR campaign not only builds brand loyalty but also engages audiences through interactive content. For example, Coca-Cola's "Share a Coke" campaign personalized bottles with names, leading to millions of user-generated posts. This approach boosted sales by 2% and increased brand mentions online by 7%. However, experts warn that without authentic messaging, such strategies can backfire.* According to the text, authentic messaging is important to _____.
a) save money
b) avoid failure
c) increase names on bottles
d) boost sales only
Ответ: b) avoid failure

14. *Read the text and answer the questions: In today's digital age, public relations professionals must adapt to social media trends. A successful PR campaign not only builds brand loyalty but also engages audiences through interactive content. For example, Coca-Cola's "Share a Coke" campaign personalized bottles with names, leading to millions of user-generated posts. This approach boosted sales by 2% and increased brand mentions online by 7%. However, experts warn that without authentic messaging, such strategies can backfire.* The campaign increased brand mentions by _____.
a) 2%
b) 7%
c) millions
d) digital age
Ответ: b) 7%

15. *Read the text and answer the questions: In today's digital age, public relations professionals must adapt to social media trends. A successful PR campaign not only builds brand loyalty but also engages audiences through interactive content. For example, Coca-Cola's "Share a Coke"*

campaign personalized bottles with names, leading to millions of user-generated posts. This approach boosted sales by 2% and increased brand mentions online by 7%. However, experts warn that without authentic messaging, such strategies can backfire. What does "backfire" mean in the text?
a) Succeed greatly
b) Have the opposite effect
c) Cost too much
d) Go viral
Ответ: b) Have the opposite effect

16. Choose the correct word: The advert was aimed _____ young professionals.
a) to
b) at
c) for
d) in
Ответ: b) at

17. Which sentence is correct?
a) Unless we act fast, the scandal will damage our reputation.
b) Unless we act fast, the scandal damages our reputation.
c) Unless we act fast, the scandal damaged our reputation.
d) Unless we acted fast, the scandal will damage our reputation.
Ответ: a) Unless we act fast, the scandal will damage our reputation

18. Choose the correct option below: The report suggests that social media influencers _____ key to modern advertising.
a) is
b) are
c) being
d) be
Ответ: b) are

19. Choose the correct option below: We regret _____ you about the delay earlier.
a) not to inform
b) to not inform
c) not informing
d) not inform
Ответ: c) not informing

20. Choose the correct option below: _____ the rain, the outdoor event was a huge success.
a) Despite
b) Although
c) Because
d) Due
Ответ: a) Despite

2 СЕМЕСТР
УК-4

1. If we _____ our campaign earlier, we _____ more customers.

a) launch / attract
b) launched / would attract
c) had launched / would have attracted
d) launch / attracted
Ответ: c) had launched / would have attracted

2. The marketing team _____ the new ad by Friday.
a) will finish
b) finishes
c) is finishing
d) has finished
Ответ: a) will finish

3. She asked me _____ the press release before sending it.
a) to check
b) check
c) checking
d) if check
Ответ: a) to check

4. This is the most effective slogan we've _____ this year.
a) ever had
b) had ever
c) having
d) have ever
Ответ: a) ever had

5. By the time the event starts, we _____ all the invitations.
a) send
b) will send
c) will have sent
d) sent
Ответ: c) will have sent

6. The company used a famous celebrity to _____ their new product.
a) endorse
b) sponsor
c) promote
d) advertise
Ответ: a) endorse

7.Our PR strategy aims to improve the brand's public _____.
a) image
b) vision
c) goal
d) target
Ответ: a) image

8. The viral campaign generated a lot of _____ on social media.
a) buzz
b) noise

c) sound
d) echo
Ответ: a) buzz

9.We need to _____ the target audience before launching the ad.
a) segment
b) divide
c) split
d) separate
Ответ: a) segment

10.The crisis was handled with a quick _____ statement.
a) press release
b) news article
c) blog post
d) email update
Ответ: a) press release

11. Read the text and answer the question: *At its core, public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across numerous platforms in order to shape and frame the public perception of an organization. Public relations also encompasses the following.*
Anticipating, analyzing and interpreting public opinion, attitudes and issues that might have an impact, for good or ill, on the operations and plans of the organization.
Counseling management at all levels in the organization with regard to policy decisions, courses of action and communications — including crisis communications — taking into account their public ramifications and the organization's social or citizenship responsibilities.
Protecting the reputation of an organization.
Researching, conducting and evaluating, on a continuing basis, programs of action and communications to achieve the informed public understanding necessary to the success of an organization's aims. These may include marketing; financial; fundraising; employee, community or government relations; and other programs.
Planning and implementing the organization's efforts to influence or change public policy.
Setting objectives, planning, budgeting, recruiting and training staff, developing facilities — in short, managing the resources needed to perform all of the above.
Overseeing the creation of content to drive customer engagement and generate leads.

What is the primary purpose of public relations according to the text?
a) To sell products directly to consumers
b) To influence, engage, and build relationships with key stakeholders to shape public perception
c) To manage internal company finances
d) To develop new products and services
Ответ: b) To influence, engage, and build relationships with key stakeholders to shape public perception

12. Read the text and answer the question: *At its core, public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across numerous platforms in order to shape and frame the public perception of an organization. Public relations also encompasses the following.*
Anticipating, analyzing and interpreting public opinion, attitudes and issues that might have an impact, for good or ill, on the operations and plans of the organization.
Counseling management at all levels in the organization with regard to policy decisions, courses of action and communications — including crisis communications — taking into account their public ramifications and the organization's social or citizenship responsibilities.

Protecting the reputation of an organization.
Researching, conducting and evaluating, on a continuing basis, programs of action and communications to achieve the informed public understanding necessary to the success of an organization's aims. These may include marketing; financial; fundraising; employee, community or government relations; and other programs.
Planning and implementing the organization's efforts to influence or change public policy.
Setting objectives, planning, budgeting, recruiting and training staff, developing facilities — in short, managing the resources needed to perform all of the above.
Overseeing the creation of content to drive customer engagement and generate leads.
Which of the following is NOT explicitly mentioned as a component of public relations activities?
a) Anticipating and analyzing public opinion
b) Protecting the organization's reputation
c) Developing new product lines
d) Counseling management on policy decisions
Ответ: c) Developing new product lines

13. Read the text and answer the question: *At its core, public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across numerous platforms in order to shape and frame the public perception of an organization. Public relations also encompasses the following.*
Anticipating, analyzing and interpreting public opinion, attitudes and issues that might have an impact, for good or ill, on the operations and plans of the organization.
Counseling management at all levels in the organization with regard to policy decisions, courses of action and communications — including crisis communications — taking into account their public ramifications and the organization's social or citizenship responsibilities.
Protecting the reputation of an organization.
Researching, conducting and evaluating, on a continuing basis, programs of action and communications to achieve the informed public understanding necessary to the success of an organization's aims. These may include marketing; financial; fundraising; employee, community or government relations; and other programs.
Planning and implementing the organization's efforts to influence or change public policy.
Setting objectives, planning, budgeting, recruiting and training staff, developing facilities — in short, managing the resources needed to perform all of the above.
Overseeing the creation of content to drive customer engagement and generate leads.
According to the text, public relations involves counseling management regarding….?
a) Policy decisions, courses of action, and communications including crisis communications
b) Financial investments only
c) Employee hiring processes exclusively
d) Technical product development
Ответ: a) Policy decisions, courses of action, and communications including crisis communications

14. Read the text and answer the question: *At its core, public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across numerous platforms in order to shape and frame the public perception of an organization. Public relations also encompasses the following.*
Anticipating, analyzing and interpreting public opinion, attitudes and issues that might have an impact, for good or ill, on the operations and plans of the organization.
Counseling management at all levels in the organization with regard to policy decisions, courses of action and communications — including crisis communications — taking into account their public ramifications and the organization's social or citizenship responsibilities.
Protecting the reputation of an organization.
Researching, conducting and evaluating, on a continuing basis, programs of action and communications to achieve the informed public understanding necessary to the success of an

organization's aims. These may include marketing; financial; fundraising; employee, community or government relations; and other programs.
Planning and implementing the organization's efforts to influence or change public policy.
Setting objectives, planning, budgeting, recruiting and training staff, developing facilities — in short, managing the resources needed to perform all of the above.
Overseeing the creation of content to drive customer engagement and generate leads.
What role does research play in public relations according to the passage?
a) Conducting research solely for academic purposes
b) Researching, conducting, and evaluating programs to achieve informed public understanding for organizational success
c) Only researching competitors' strategies
d) Researching customer preferences for product design
Ответ: b) Researching, conducting, and evaluating programs to achieve informed public understanding for organizational success

15. Read the text and answer the question: *At its core, public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across numerous platforms in order to shape and frame the public perception of an organization. Public relations also encompasses the following.*
Anticipating, analyzing and interpreting public opinion, attitudes and issues that might have an impact, for good or ill, on the operations and plans of the organization.
Counseling management at all levels in the organization with regard to policy decisions, courses of action and communications — including crisis communications — taking into account their public ramifications and the organization's social or citizenship responsibilities.
Protecting the reputation of an organization.
Researching, conducting and evaluating, on a continuing basis, programs of action and communications to achieve the informed public understanding necessary to the success of an organization's aims. These may include marketing; financial; fundraising; employee, community or government relations; and other programs.
Planning and implementing the organization's efforts to influence or change public policy.
Setting objectives, planning, budgeting, recruiting and training staff, developing facilities — in short, managing the resources needed to perform all of the above.
Overseeing the creation of content to drive customer engagement and generate leads.
Which of the following is an example of a program that public relations might include?

a) Financial auditing only
b) Manufacturing process improvements
c) Marketing, community relations, or government relations programs
d) Software development
Ответ: c) Marketing, community relations, or government relations programs

16. Read the text and answer the question: *At its core, public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across numerous platforms in order to shape and frame the public perception of an organization. Public relations also encompasses the following.*
Anticipating, analyzing and interpreting public opinion, attitudes and issues that might have an impact, for good or ill, on the operations and plans of the organization.
Counseling management at all levels in the organization with regard to policy decisions, courses of action and communications — including crisis communications — taking into account their public ramifications and the organization's social or citizenship responsibilities.
Protecting the reputation of an organization.
Researching, conducting and evaluating, on a continuing basis, programs of action and communications to achieve the informed public understanding necessary to the success of an

organization's aims. These may include marketing; financial; fundraising; employee, community or government relations; and other programs.
Planning and implementing the organization's efforts to influence or change public policy.
Setting objectives, planning, budgeting, recruiting and training staff, developing facilities — in short, managing the resources needed to perform all of the above.
Overseeing the creation of content to drive customer engagement and generate leads.
What does planning and implementing efforts to influence or change public policy involve in public relations?

a) Creating new laws directly through legislation
b) Developing strategies to shape or impact policies affecting the organization or community
c) Ignoring policy issues altogether
d) Only responding after policies are changed
Ответ: b) Developing strategies to shape or impact policies affecting the organization or community

17. Read the text and answer the question: *At its core, public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across numerous platforms in order to shape and frame the public perception of an organization. Public relations also encompasses the following.*
Anticipating, analyzing and interpreting public opinion, attitudes and issues that might have an impact, for good or ill, on the operations and plans of the organization.
Counseling management at all levels in the organization with regard to policy decisions, courses of action and communications — including crisis communications — taking into account their public ramifications and the organization's social or citizenship responsibilities.
Protecting the reputation of an organization.
Researching, conducting and evaluating, on a continuing basis, programs of action and communications to achieve the informed public understanding necessary to the success of an organization's aims. These may include marketing; financial; fundraising; employee, community or government relations; and other programs.
Planning and implementing the organization's efforts to influence or change public policy.
Setting objectives, planning, budgeting, recruiting and training staff, developing facilities — in short, managing the resources needed to perform all of the above.
Overseeing the creation of content to drive customer engagement and generate leads.
Which of the following tasks is included in managing resources within a public relations function?

a) Setting objectives and planning campaigns only
b) Conducting financial audits exclusively
c) Manufacturing products for sale
d) Recruiting and training staff, developing facilities, budgeting—covering all resource management aspects needed for PR activities
Ответ: d) Recruiting and training staff, developing facilities, budgeting—covering all resource management aspects needed for PR activities

18. Read the text and answer the question: *At its core, public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across numerous platforms in order to shape and frame the public perception of an organization. Public relations also encompasses the following.*
Anticipating, analyzing and interpreting public opinion, attitudes and issues that might have an impact, for good or ill, on the operations and plans of the organization.
Counseling management at all levels in the organization with regard to policy decisions, courses of action and communications — including crisis communications — taking into account their public ramifications and the organization's social or citizenship responsibilities.
Protecting the reputation of an organization.

Researching, conducting and evaluating, on a continuing basis, programs of action and communications to achieve the informed public understanding necessary to the success of an organization's aims. These may include marketing; financial; fundraising; employee, community or government relations; and other programs.
Planning and implementing the organization's efforts to influence or change public policy.
Setting objectives, planning, budgeting, recruiting and training staff, developing facilities — in short, managing the resources needed to perform all of the above.
Overseeing the creation of content to drive customer engagement and generate leads.
How does content creation fit into the scope of public relations activities?

a) It is unrelated to public relations efforts.
b) It involves overseeing content creation to drive customer engagement and generate leads.
c) It only pertains to internal memos within an organization.
d) It replaces all other PR functions entirely.
Ответ: b) It involves overseeing content creation to drive customer engagement and generate leads

19. Read the text and answer the question: *At its core, public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across numerous platforms in order to shape and frame the public perception of an organization. Public relations also encompasses the following.*
Anticipating, analyzing and interpreting public opinion, attitudes and issues that might have an impact, for good or ill, on the operations and plans of the organization.
Counseling management at all levels in the organization with regard to policy decisions, courses of action and communications — including crisis communications — taking into account their public ramifications and the organization's social or citizenship responsibilities.
Protecting the reputation of an organization.
Researching, conducting and evaluating, on a continuing basis, programs of action and communications to achieve the informed public understanding necessary to the success of an organization's aims. These may include marketing; financial; fundraising; employee, community or government relations; and other programs.
Planning and implementing the organization's efforts to influence or change public policy.
Setting objectives, planning, budgeting, recruiting and training staff, developing facilities — in short, managing the resources needed to perform all of the above.
Overseeing the creation of content to drive customer engagement and generate leads.
Which statement best summarizes the overarching goal of public relations based on the text?

a) To maximize sales revenue through advertising campaigns.
b) To develop technical skills among employees.
c) To influence perceptions and build relationships that support organizational goals across various platforms.
d) To handle legal compliance issues exclusively.
Ответ: b) To develop technical skills among employees.

20. Read the text and answer the question: *At its core, public relations is about influencing, engaging and building a relationship with key stakeholders across numerous platforms in order to shape and frame the public perception of an organization. Public relations also encompasses the following.*
Anticipating, analyzing and interpreting public opinion, attitudes and issues that might have an impact, for good or ill, on the operations and plans of the organization.
Counseling management at all levels in the organization with regard to policy decisions, courses of action and communications — including crisis communications — taking into account their public ramifications and the organization's social or citizenship responsibilities.
Protecting the reputation of an organization.

Researching, conducting and evaluating, on a continuing basis, programs of action and communications to achieve the informed public understanding necessary to the success of an organization's aims. These may include marketing; financial; fundraising; employee, community or government relations; and other programs.
Planning and implementing the organization's efforts to influence or change public policy.
Setting objectives, planning, budgeting, recruiting and training staff, developing facilities — in short, managing the resources needed to perform all of the above.
Overseeing the creation of content to drive customer engagement and generate leads.
In addition, to shaping public perception, what other responsibility does public relations have according to the passage?

a) Protecting the reputation of an organization
b) Managing supply chain logistics
c) Designing product packaging
d) Conducting financial audits

Ответ: a) Protecting the reputation of an organization