



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная
организация «Многопрофильная Академия непрерывного образования»
АНПОО «МАНО»
Колледж

ПРИНЯТО

Решением Педагогического
совета АНПОО «МАНО»

Протокол № *01-01/2-1 от*

02.02.2026 г.



УТВЕРЖДАЮ

Ректор АНПОО «МАНО»

[Signature]
В.И. Гам

02 февраля 20 26 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
по дисциплине
СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности
Специальность 42.02.01 Реклама
Квалификация: Специалист по рекламе
Заочная форма обучения

Омск, 2026

Программа учебной дисциплины **СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552.

Организация-разработчик: АНПОО «Многопрофильная Академия непрерывного образования».

Разработчик: Фатеева О.В., преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	20
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	21
5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ	32

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.02 Иностраный язык в профессиональной деятельности

Учебная дисциплина «Иностраный язык в профессиональной деятельности» является обязательной частью социально-гуманитарного цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 02	Определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные	Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.

	цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 03	<p>Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования.</p>	<p>Содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты.</p>
ОК 04	<p>Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.</p>	<p>Психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности.</p>
ОК 05	<p>Грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений</p>
ОК 06	<p>Описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения.</p>	<p>Сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.</p>
ОК 07	<p>Соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства;</p>	<p>Правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения; принципы бережливого производства; основные</p>

	организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона.	направления изменения климатических условий региона
ОК 08	Использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности.	Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения.
ОК 09	Понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности.
ПК.1.1	<ul style="list-style-type: none"> -производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при 	<ul style="list-style-type: none"> - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.

	проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.	
ПК.1.2	- производить качественные аналитические исследования рынка.	- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
ПК.1.3	- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.	- отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
ПК.1.4	Преобразовывать требования заказчика в бриф	- Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций ...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
ПК.2.1	- Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения	- методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;

	и управления системой маркетинговых коммуникаций.	<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
ПК.2.2	<ul style="list-style-type: none"> - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
ПК.3.1	<ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. 	<ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
ПК.3.2	<ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным 	<ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;

	<p>показом для поискового продвижения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. 	<ul style="list-style-type: none"> - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; 	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

	<ul style="list-style-type: none"> - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. 	
ПК.4.1	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; 	<ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;

	<ul style="list-style-type: none"> - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. 	<ul style="list-style-type: none"> - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
ПК.4.2	<ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. 	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
ПК 4.3	<ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и 	<ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

	<p>иных сообщений для размещения в социальных медиа;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. 	
--	--	--

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем в часах</i>
Объем образовательной программы дисциплины	<i>72</i>
в т. ч.:	
теоретическое обучение	<i>8</i>
практические занятия	<i>8</i>
Самостоятельная работа обучающегося	<i>51</i>
Промежуточная аттестация	<i>5</i>

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Раздел 1. Место и роль дисциплины «Английский язык в профессиональной деятельности» в подготовке специалистов по рекламе.			
Тема 1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.	Содержание учебного материала: Лекция. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста. Личностные и профессиональные качества рекламиста. Требования к специалисту по рекламе. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - грамматические конструкции типичные для делового стиля.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	Самостоятельная работа студентов: Специфика работы специалиста по рекламе Основные принципы деятельности в отрасли Реклама.	2	
	Практическое занятие. Подготовка к собеседованию, составление резюме.	2	
Тема 2. Профессиональное образование	Самостоятельная работа студентов: Что подразумевает профессиональное образование. Среднее специальное и Среднее профессиональное образование. Высшее образование. Училище. Колледж. Техникум. Институт. Университет. Факультеты. Вступительные экзамены. Структурные подразделения учебных заведений. <u>Студент должен</u> <i>Знать:</i>	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06

	<p>-новые лексические единицы -разницу между учебными заведениями <i>Уметь:</i> -рассказать об ученых заведениях -читать и переводить тексты заданной тематики</p>		
	<p>Практическое занятие. Профессиональное образование</p> <p>Подготовить диалог по теме, рассказать о своей учебе в колледже. Лексический (1200–1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.</p>	2	ОК 01-ОК 09
<p>Тема 3. Профессиональное образование в России</p>	<p>Самостоятельная работа студентов: Средние профессиональные и Высшие учебные заведения в России. <u>Студент должен</u> <i>Знать:</i> -новые лексические единицы -разницу между учебными заведениями в России <i>Уметь:</i> -рассказать об ученых заведениях в России -читать и переводить тексты заданной тематики и отвечать на вопросы - подготовить диалог по теме Подготовить монологическое высказывание по теме, представить свой монолог в группах. Общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы. Перевод (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности. Самостоятельное совершенствование устной и письменной речи, пополнение словарного запаса.</p>	4	
	Содержание учебного материала		ПК.1.1-1.4

Тема 4. Профессии в рекламе.	Лекция. Профессии в рекламе. Место работы. Деловой стиль. Дресс код, знакомство. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - лексика делового общения. - рассказ о себе. <i>Грамматика:</i> - грамматические конструкции типичные для делового стиля.	2	
	Самостоятельная работа студентов: Подготовка устного рассказа о себе, навыках и умениях, составление диалогов.	1	
Раздел 2. Реклама, Понятие о рекламе. Виды рекламы.			
Тема 1. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме.	Содержание учебного материала:		ПК.1.1, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	Самостоятельная работа студентов: 1. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме. 2. Функции, классификация рекламы <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с рекламой деятельностью; - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - страдательный залог --инфинитив - глаголы с окончанием -ing.	4	
	Самостоятельная работа студентов: Подготовка сообщения, дискуссии, презентации "Реклама- за и против"	2	
	Самостоятельная работа студентов: Реклама и PR - разбор и активизация в речи терминологии.	1	
Тема 2. Виды рекламы.	Содержание учебного материала:		ПК.2.1 – 2.2 ОК 01
	Самостоятельная работа студентов: 1. Печатная реклама и реклама в СМИ. 2. Наружная реклама.	2	

	<p>3. Продакт плейсмент 4. Социальная реклама</p> <p><i>Лексика:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с видами рекламы - лексика делового общения. <p><i>Грамматика:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - условные предложения --инфинитивные обороты - глаголы с окончанием -ing. 		
	Самостоятельная работа студентов: Анализ печатной и наружной рекламы, составление рекламных сообщений для лифлетов и наружной рекламы.	2	
	Самостоятельная работа студентов: Анализ и разбор примеров Продакт плейсмент.	1	
	Самостоятельная работа студентов: Анализ социальной рекламы, разработка рекламных сообщений для социальной рекламы. Сравнение видов рекламы.	2	
Промежуточная аттестация		1	
Всего часов за семестр		34	
Раздел 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.			
Тема 1. Интернет реклама. Рекламные носители в Интернете.	Содержание учебного материала:		ПК.1.1, ПК.1.2.
	<p>Лекция. Интернет реклама.</p> <p>Взаимодействие пользователя с рекламой в Интернете. Понятия: баннер, текстовый блок, байрики, interstitials, минисайты, коллажи и тд. E-mail маркетинг; SMM</p> <p><i>Лексика:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с рекламой в Интернете - лексика делового общения. <p><i>Грамматика:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - повелительное наклонение 	2	

	- сложные предложения - правила написания электронных писем		
	Самостоятельная работа студентов. Интернет как рекламное пространство. Анализ видов рекламных объявлений в Интернете.	4	
Тема 2. Средства продвижения товаров и услуг	Содержание учебного материала:		ПК.3.1 -3.3
	Самостоятельная работа студентов. Реклама товаров и услуг, способы продвижение товара, изучение рынка, 4Р Прямой маркетинг, выставки-ярмарки. Брендинг, основные термины имиджевой рекламы. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с имиджевой рекламой - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - инфинитивные обороты с предлогами -сложные предложения	4	
	Самостоятельная работа студентов. Изучение способов исследования рынка. Подготовка отчета.	2	
	Практическое занятие. Подготовка описания товара, поста в соц. сетях, информации для выставки, составление диалогов.	2	
	Самостоятельная работа студентов. Изучение особенностей имиджевой рекламы на примере разных брендов. Перевод описания товара и слоганов.	2	
Промежуточная аттестация		2	
Всего за семестр		18	
Раздел 4. Рекламной кампании.			
Тема 1. Разработка рекламной кампании.	Содержание учебного материала:		ПК.1.2, ПК.1.3. ПК.4.1-4.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК
	Лекция. Разработка рекламной кампании. Рекламный бриф. Планирование рекламной кампании, ее этапы. Определение целевой аудитории. <i>Лексика:</i>	2	

	<ul style="list-style-type: none"> - профессионально-ориентированная лексика; - Лексика, используемая для написания брифов - лексика делового общения. <p><i>Грамматика:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - условные предложения 2 и 3 типа, -сложные предложения 		
	<p>Самостоятельная работа студентов. Чтение рекламных брифов, составление проектов брифов.</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа студентов. Составление схемы этапов рекламной кампании.</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа студентов. Изучение и составление портрета целевой аудитории.</p>	2	
Тема 2. Оценка эффективности рекламной кампании	<p>Содержание учебного материала:</p>		ПК.1.2, ПК.1.3. ПК.4.1-4.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	<p>Самостоятельная работа студентов. 1. Анализ рынка. 2. Изучение конкурентов. 3. Оценка эффективности</p> <p><i>Лексика:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - профессионально-ориентированная лексика; - Лексика, используемая для написания аналитических отчетов - лексика делового общения. <p><i>Грамматика:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - сложные предложения - согласование времен 	4	
	<p>Практическое занятие. Описание компаний конкурентов по плану.</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа студентов. Изучить примеры и дополнить оценку эффективности РК.</p>	2	
Тема 3. Искусство	<p>Самостоятельная работа студентов. Искусство. Живопись. Музыка. Знаменитые художники и музыканты.</p> <p><u>Студент должен</u></p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -лексический материал <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -рассказать о значимости искусства в современной жизни 	2	ПК.1.2, ПК.1.3. ПК.4.1-4.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК

	-представить известных художников (биография, творческая жизнь) -представить известных музыкантов (биография, творческая жизнь)		
Промежуточная аттестация		2	
Всего часов за семестр		20	
Всего:		72	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Иностранного языка», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Английский язык, Голубев А.П., Балюк Н.В., М. Академия, 2020, - 336 с.;
2. Английский язык для специальности "Реклама" : учебник / Л. А. Вовси-Тиллье, М. В. Зарудная, Е. Ю. Филимонова [и др.] ; под ред. Д. Х. Годиной. — Москва : КноРус, 2023. — 192 с. — ISBN 978-5-406-10251-0. — URL:<https://book.ru/book/944925> (дата обращения: 17.04.2023). — Текст : электронный.
3. Восковская, А.С. Английский язык [Текст] : учебник для студентов образоват. учреждений среднего профессионального образования / А. С. Восковская, Т. А. Карпова. - 14-е издание, стер. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2019. - 376 с. - (Среднее профессиональное образование)
4. Маньковская, З. В. Английский язык [Электронный ресурс] : учебное пособие / З. В. Маньковская. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 200 с. - (Среднее профессиональное образование).
5. Медведева, К. О., Английский язык для специалистов по рекламе и связям с общественностью = English for advertising and public relations : учебное пособие / К. О. Медведева. — Москва : КноРус, 2023. — 178 с. — ISBN 978-5-406-10949-6. — URL:<https://book.ru/book/948842> (дата обращения: 17.04.2023). — Текст : электронный.

3.2.2. Основные электронные издания

1. www.macmillanenglish.com
2. www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish
3. www.britishcouncil.org/learning-elt-resources.htm
4. www.english-to-go.com
5. www.bbc.co.uk/videonation
6. www.bbclearning.com

3.2.3. Дополнительные источники

профильные курсы

1. Oxford Business English, For Human Resources, Pat Pledger, (B2) OUP, 2018, - 79 с,
2. Oxford Business English, For Meetings, Kenneth Thomson, (B2) OUP, 2018, - 82 с.
3. Oxford Business English, For Customer Care, Rosemary Richey, (B2) OUP, 2018, - 81 с.

4. Oxford Business English, For Sales & Purchasing, Lothar Gutjahr, Sean Mahoney, p.80, (B2) OUP, 2018, - 80 с.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>- владение знаниями о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка и умение строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка;</p> <p>- владение знаниями о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка и умение строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка;</p> <p>-достижение порогового уровня владения иностранным языком, позволяющего выпускникам общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения;</p> <p>- сформированность умения перевода с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами в русле выбранного профиля;</p> <p>- владение иностранным языком как одним из средств формирования учебно-исследовательских умений, расширения своих знаний в других предметных областях</p>	<p>- знание и понимание современной научной и профессиональной терминологии в сфере рекламы;</p> <p>- знание и понимание специфики модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранного сценария;</p> <p>- знание и понимание содержания актуальной нормативно-правовой документации;</p> <p>- умение осуществлять поиск рекламных идей;</p> <p>- умение разрабатывать авторские рекламные проекты;</p> <p>- умение составлять и оформлять</p>	<p>Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <p>1 – на практических занятиях (при решении ситуационных задач, домашних заданий при участии в ролевых деловых играх; при подготовке и участии в собеседованиях, дискуссиях, при подготовке рефератов, докладов, компьютерных презентаций и т.д.)</p> <p>2 – при написании изложений, сочинений, аннотаций, эссе на заданную тему, перевод и резюме курсового и/или дипломного проекта)</p> <p>3 – при проведении контрольных работ, зачетов, ЕГЭ</p> <p>Используемые методы:</p> <p>- наблюдение и анализ</p> <p>- наблюдение и оценка</p> <p>- сравнение и обобщение результатов работы учащихся</p>

<ul style="list-style-type: none"> - овладение основными видами речевой деятельности в рамках тематического содержания речи; - создание устных связных монологических высказываний (описание/характеристика), повествование/сообщение) с изложением своего мнения и краткой аргументацией объемом 14-15 фраз в рамках отобранного тематического содержания речи; - ведение разных видов диалога (в том числе комбинированный) объемом до 9 реплик; - устное представление в объеме 14-15 фраз результатов выполненной проектной работы; - передача основного содержания прочитанного текста с выражением своего отношения; - восприятие на слух и понимание звучащих до 2,5 минут аутентичных текстов, содержащих отдельные незнакомые слова и неизученные языковые явления, не препятствующие решению коммуникативной задачи, с разной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием основного содержания текстов, с пониманием нужной/интересующей/ запрашиваемой информации - чтение про себя и понимание несложных аутентичных текстов разного вида, жанра и стиля объемом 600-800 слов, содержащих отдельные неизученные языковые явления, с различной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием основного содержания, с пониманием нужной/ интересующей/ 	<p>тексты рекламных объявлений;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей 	
---	---	--

<p>запрашиваемой информации, с полным пониманием содержания;</p> <ul style="list-style-type: none"> - чтение несплошных текстов (таблицы, диаграммы, графики) и понимать представленную в них информацию - создание письменных высказываний объемом до 180 слов с опорой на план, картинку, таблицу, графики, диаграммы, прочитанный/прослушанный текст; - заполнение таблицы, кратко фиксируя содержание прочитанного/прослушанного текста или дополняя информацию в таблице; - написание электронного сообщения личного характера объемом до 140 слов, соблюдая принятый речевой этикет; - представление результатов выполненной проектной работы объемом до 180 слов - произношение слов с правильным ударением и фразы с соблюдением их ритмико-интонационных особенностей, в том числе применять правила отсутствия фразового ударения на служебных словах; - знание правил чтения и осмысленное чтение вслух аутентичных текстов объемом до 150 слов, построенных в основном на изученном языковом материале, с соблюдением правил чтения и интонации; - знание и владение орфографическими навыками в отношении изученного лексического материала; 		
---	--	--

<p>- знание и владение пунктуационными навыками (использование запятой при перечислении, обращении и при выделении вводных слов; апостроф; точку, вопросительный и восклицательный знаки; без точки после заголовка);</p> <p>- знание правил оформления электронного сообщения личного характера;</p> <p>- знание и понимание основного значения изученных лексических единиц (слова, словосочетания, речевые клише), основных способов словообразования (аффиксация, словосложение, конверсия) и особенностей структуры простых и сложных предложений и различных коммуникативных типов предложений;</p> <p>- выявление признаков изученных грамматических и лексических явлений по заданным основаниям;</p> <p>- знание и владение навыками употребления в устной и письменной речи не менее 1500 лексических единиц (слов, словосочетаний, речевых клише), включая 1350 лексических единиц, освоенных на уровне основного общего образования; навыками употребления родственных слов, образованных с помощью аффиксации, словосложения, конверсии;</p> <p>- знание и владение навыками распознавания и употребления в устной и письменной речи изученных морфологических форм и синтаксических конструкций изучаемого иностранного языка в рамках тематического содержания</p>		
---	--	--

<p>речи в соответствии с решаемой коммуникативной задачей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и понимание речевых различий в ситуациях официального и неофициального общения в рамках тематического содержания речи и использовать лексико-грамматические средства с учетом этих различий; - знание и соблюдение норм вежливости в межкультурном общении; - знание и владение компенсаторными умениями, позволяющими в случае сбоя коммуникации, а также в условиях дефицита языковых средств использовать различные приемы переработки информации: при говорении - переспрос; при говорении и письме - описание/ перифраз/ толкование; при чтении и аудировании – языковую и контекстуальную догадку; - знание и использование несколько вариантов решения коммуникативной задачи в продуктивных видах речевой деятельности (говорении и письменной речи); - знание и владение умениями прогнозировать трудности, которые могут возникнуть при решении коммуникативной задачи в рецептивных и продуктивных видах речевой деятельности; - участие в учебно-исследовательской, проектной деятельности предметного и межпредметного характера с использованием материалов на изучаемом иностранном языке и применением ИКТ; - знание и соблюдение правил информационной безопасности в 		
--	--	--

<p>ситуациях повседневной жизни и при работе в сети Интернет;</p> <p>- знание и умение использовать приобретенные умения и навыки в процессе онлайн обучения иностранному языку;</p> <p>- знание и умение использовать иноязычные словари и справочники, в том числе информационно-справочные системы в электронной форме</p>		
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</p>		
<p>- сформированность умения использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях;</p> <p>- достижение уровня владения иностранным языком, превышающего пороговый, достаточного для делового общения в рамках выбранного профиля;</p> <p>- достижение порогового уровня владения иностранным языком, позволяющего выпускникам общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения;</p> <p>- сформированность умения перевода с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами в русле выбранного профиля;</p> <p>- владение иностранным языком как одним из средств формирования учебно-исследовательских умений,</p>	<p>владеет монологической и диалогической речью (неподготовленное общение с речевым партнером);</p> <p>- читает тексты общекультурного характера;</p> <p>- узнает в письменном и устном тексте,</p> <p>- воспроизводит и употребляет в речи лексические единицы, обслуживающие ситуации общения, в соответствии с коммуникативной задачей.</p>	<p>Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <p>1 – на практических занятиях (при решении ситуационных задач, домашних заданий при участии в ролевых деловых играх; при подготовке и участии в собеседованиях, дискуссиях, при подготовке рефератов, докладов, компьютерных презентаций и т.д.)</p> <p>2 – при написании изложений, сочинений, аннотаций, эссе на заданную тему, перевод и резюме курсового и/или дипломного проекта)</p> <p>3 – при проведении контрольных работ, зачетов, ЕГЭ</p> <p>Используемые методы:</p> <p>- наблюдение и анализ</p> <p>- наблюдение и оценка</p>

<p>расширения своих знаний в других предметных областях</p> <ul style="list-style-type: none"> - овладение основными видами речевой деятельности в рамках тематического содержания речи; - создание устных связных монологических высказываний (описание/характеристика), повествование/сообщение) с изложением своего мнения и краткой аргументацией объемом 14-15 фраз в рамках отобранного тематического содержания речи; - ведение разных видов диалога (в том числе комбинированный) объемом до 9 реплик; - передача основного содержания прочитанного текста с выражением своего отношения; - восприятие на слух и понимание звучащих до 2,5 минут аутентичных текстов, содержащих отдельные незнакомые слова и неизученные языковые явления, не препятствующие решению коммуникативной задачи, с разной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием основного содержания текстов, с пониманием нужной/интересующей/ запрашиваемой информации - чтение про себя и понимание несложных аутентичных текстов разного вида, жанра и стиля объемом 600-800 слов, содержащих отдельные неизученные языковые явления, с различной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием основного содержания, с пониманием нужной/ интересующей/ 		<p>- сравнение и обобщение результатов работы учащихся</p>
---	--	--

<p>запрашиваемой информации, с полным пониманием содержания;</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформированность умения использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях; - достижение уровня владения иностранным языком, превышающего пороговый, достаточного для делового общения в рамках выбранного профиля; - чтение несплошных текстов (таблицы, диаграммы, графики) и понимать представленную в них информацию - создание письменных высказываний объемом до 180 слов с опорой на план, картинку, таблицу, графики, диаграммы, прочитанный/прослушанный текст; - заполнение таблицы, кратко фиксируя содержание прочитанного/прослушанного текста или дополняя информацию в таблице; - написание электронного сообщения личного характера объемом до 140 слов, соблюдая принятый речевой этикет; - произношение слов с правильным ударением и фразы с соблюдением их ритмико-интонационных особенностей, в том числе применять правила отсутствия фразового ударения на служебных словах; - знание правил чтения и осмысленное чтение вслух аутентичных текстов 		
---	--	--

<p>объемом до 150 слов, построенных в основном на изученном языковом материале, с соблюдением правил чтения и интонации;</p> <p>- знание и владение орфографическими навыками в отношении изученного лексического материала;</p> <p>- знание правил оформления электронного сообщения личного характера;</p> <p>- знание и понимание основного значения изученных лексических единиц (слова, словосочетания, речевые клише), основных способов словообразования (аффиксация, словосложение, конверсия) и особенностей структуры простых и сложных предложений и различных коммуникативных типов предложений;</p> <p>- выявление признаков изученных грамматических и лексических явлений по заданным основаниям;</p> <p>- знание и владение навыками употребления в устной и письменной речи не менее 1500 лексических единиц (слов, словосочетаний, речевых клише), включая 1350 лексических единиц, освоенных на уровне основного общего образования; навыками употребления родственных слов, образованных с помощью аффиксации, словосложения, конверсии;</p> <p>- знание и владение навыками распознавания и употребления в устной и письменной речи изученных морфологических форм и синтаксических конструкций изучаемого иностранного языка в</p>		
--	--	--

<p>рамках тематического содержания речи в соответствии с решаемой коммуникативной задачей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и понимание речевых различий в ситуациях официального и неофициального общения в рамках тематического содержания речи и использовать лексико-грамматические средства с учетом этих различий; - знание и соблюдение норм вежливости в межкультурном общении; - знание и владение компенсаторными умениями, позволяющими в случае сбоя коммуникации, а также в условиях дефицита языковых средств использовать различные приемы переработки информации: при говорении - переспрос; при говорении и письме - описание/ перифраз/ толкование; при чтении и аудировании – языковую и контекстуальную догадку; - знание и использование несколько вариантов решения коммуникативной задачи в продуктивных видах речевой деятельности (говорении и письменной речи); - знание и владение умениями прогнозировать трудности, которые могут возникнуть при решении коммуникативной задачи в рецептивных и продуктивных видах речевой деятельности; - участие в учебно-исследовательской, проектной деятельности предметного и межпредметного характера с использованием материалов на изучаемом иностранном языке и применением ИКТ; 		
--	--	--

<p>- знание и соблюдение правил информационной безопасности в ситуациях повседневной жизни и при работе в сети Интернет;</p> <p>- знание и умение использовать приобретенные умения и навыки в процессе онлайн обучения иностранному языку;</p> <p>- знание и умение использовать иноязычные словари и справочники, в том числе информационно-справочные системы в электронной форме</p>		
--	--	--

5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

№ изменения, дата изменения; № страницы с изменением	
БЫЛО	СТАЛО
Основание: Подпись лица внесшего изменения	