Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра социально-гуманитарных дисциплин

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Иностранный язык в профессиональной сфере

Направление подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации
Направленность (программа): «Медиакоммуникации в профессиональной сфере»
Квалификация выпускника: магистр
Форма обучения: очная

1. Цель освоения дисциплины

Основной целью дисциплины является системное овладение особенностями общения на иностранном языке в устной и письменной форме для их активного применения в профессиональной коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации», дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» относится к обязательной части (Б1.О.02).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном языках коммуникативно приемлемый стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнером	- основные понятия, концепции, особенности делового общения; - основные стили и виды деловой коммуникации; - специфику и компоненты вербальных и невербальных средств общения; - современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия	- применять знание языка в профессиональной деятельности; - правильно интерпретировать невербальные и вербальные средства общения; - применять современные коммуникативные технологии для успешного академического и профессионального взаимодействия	- коммуникативными умениями в письменной, устной речи в рамках делового общения; - основами применения современных коммуникативных технологий для академического и профессионального взаимодействия

	УК-4.2. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном языках	- правила построения текста, необходимые для профессиональной коммуникации; - приемы и методы отбора, интерпретации и письменной фиксации информации, необходимой для создания собственного письменного высказывания; - грамматические, синтаксические и морфологические нормы изучаемого языка; - социокультурные различия в рамках деловой корреспонденции на иностранном языке	- выбирать и применять стратегии и языковые средства в рамках деловой переписки; - подбирать адекватные дискурсивные формы выражения с учетом стилистики и социокультурных различий в деловой переписке	- умениями понимания и продуцирования письменной иноязычной речи; - навыками успешной иноязычной коммуникации в рамках изучаемой тематики с учетом национально- культурных, этических норм поведения страны/стран изучаемого языка, выбирая адекватные дискурсивные формы выражения
	УК-4.3. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном языках	- особенности построения диалогической речи в рамках межличностного и межкультурного общения; - способы преодоления языковых и речевых барьеров	- начинать, поддерживать и заканчивать диалог в рамках межличностного и межкультурного общения с соблюдением этических норм и социокультурных особенностей; - преодолевать речевые ошибки и нейтрализовать коммуникативные помехи	- навыками продуцирования устного высказывания в соответствии с произносительными нормами, грамматическими (синтаксическими и морфологическими) нормами изучаемого языка; - навыками понимания устной аутентичной иноязычной речи и приемами/стратегиями ведения устных деловых разговоров
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных обществом и индустрией медиапроектов и (или) медиапродуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	- особенности процесса создания медиапродуктов (проектов) на иностранном языке; - языковые особенности медиапродуктов в их письменной/устной разновидности и жанровой специфике; - риторические, стилистические и языковые нормы и приемы, принятые в медиасфере	- профессионально анализировать языковую и речевую организацию медиатекстов; - исследовать и анализировать основные закономерности функционирования языка в медиасфере; - организовать и координировать процесс создания медиапродукта.	- приемами подготовки медиаконтента с учетом особенностей иностранного языка от момента создания до выпуска; - способностью к созданию, редактированию, реферированию, систематизированию и трансформации медиаконтента.

4. Трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	очная форма обучения
	1 семестр
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	3
Количество часов по учебному плану (час.)	108
Контактная работа (всего)	32
В том числе:	
Лекции	
Практические занятия	32
Самостоятельная работа (всего)	40
Форма промежуточной аттестации – экзамен	36

5. Содержание дисциплины

Перечень и краткое содержание разделов дисциплины:

1. Коммуникация в англоязычных медиа.

Виды коммуникации. СМИ и медиакоммуникация. Толерантность. Современная журналистика. Интернет-коммуникация.

2. Медиатексты фактологического и аналитико-фактологического типов. Структура новостного сообщения. Публицистический текст.

Лексические особенности медиакоммуникации в Интернете.

Интервью. Репортаж. Ток-шоу.

3. Стилистические особенности медиакоммуникации.

Стилистические приемы. Диалекты, социолекты, идиолекты. Перевод. Клише.

4. Другие виды и типы медиакоммуникаций. Реклама.

Структура и язык рекламы, объявления, прогноза погоды. Социальные сети. Журналистская этика. Особенности перевода рекламы.