

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор Дата подписания: 20.05.2025 10:40:44 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bbf98f3b6177a486b9a8788b8723733	МИНОВ НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	Рабочая программа дисциплины "Организация информационной и имиджевой деятельности в международном сотрудничестве" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 "Лингвистика" направленности (профилю) лингвистическое сопровождение международного сотрудничества ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

**Организация информационной и имиджевой деятельности в международном
сотрудничестве**

Направление подготовки (специальность)

45.03.02 Лингвистика

Направленность (профиль)

Лингвистическое сопровождение международного сотрудничества

Присваиваемая квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2023

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2023 г.



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Организация информационной и имиджевой деятельности» является изучение способов

организации информационной и имиджевой деятельности в международном сотрудничестве средствами интегрированных коммуникаций.

Задачами изучения дисциплины являются:

ознакомление с основными средствами имиджевой коммуникации, способствующими продвижению товара, фирмы, персоналии;

овладение навыками использования интегрированных коммуникаций при осуществлении организационной и имиджевой деятельности в

межкультурной коммуникации;

изучение роли деловых контактов в области международного сотрудничества и улучшения имиджа.

Результаты обучения по дисциплине направлены на достижение индикаторов соответствующих компетенций

ПК-2:

ПК-2.1 Ведет устные и письменные деловые переговоры и беседы лично и посредством телекоммуникационных сетей с зарубежными партнерами и клиентами, на иностранном и русском языках

ПК-2.3 Обеспечивает организационное сопровождение мероприятий с участием иностранных партнеров (разрабатывает программу сопровождения визита, планирует и организывает протокольные мероприятия);

ПК-3:

ПК-3.1 Осуществляет отбор и анализ информации о международных контактах в сфере экономики и культуры на русском и иностранных языках

ПК-3.2 Определяет эффективные коммуникативные технологии, их каналы, формы и средства при реализации международной маркетинговой коммуникации

ПК-3.3 Осуществляет информационное обеспечение делового сотрудничества предприятия в СМИ на русском и иностранном языках.

ПК-5

ПК-5.2 Осуществляет координацию работ проектных групп

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.ДВ.07.01

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении таких дисциплин как:

Основы теории коммуникации

Основы конфликтологии

Сравнительная культурология

Управление проектами в межкультурной коммуникации

Технологии использования PR методов в коммуникационных кампаниях

Практикум по межкультурной коммуникации

Этнолингвистика

Консультационная практика

Медiateкст в организации международного сотрудничества

Основы международной туристской деятельности

Иностранный язык в сфере международного туризма

Основы делового общения в международной деятельности

Россиеведение



2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-3: Способен реализовывать интегрированные коммуникации в сфере международного сотрудничества

Знать:

Для достижения индикатора ПК-3.1 знать: основные принципы отбора и анализа информации, используемой при реализации интегрированных коммуникаций

Для достижения индикатора ПК-3.2 знать: коммуникативные технологии, их каналы, формы и средства, реализуемые в информационной и имиджевой деятельности

Для достижения индикатора ПК-3.3 знать: особенности интегрированного информационного обеспечения предприятия в СМИ

Уметь:

Для достижения индикатора ПК-3.1 уметь: анализировать информацию в интегрированных коммуникациях

Для достижения индикатора ПК-3.2 уметь: определять эффективные коммуникативные технологии, их каналы, формы и средства, реализуемые в информационной и имиджевой деятельности

Для достижения индикатора ПК-3.3 уметь: определять эффективные каналы СМИ при реализации интегрированного информационного обеспечения предприятия

Владеть:

Для достижения индикатора ПК-3.1 владеть: основами анализа интегрированных коммуникаций, реализующихся в информационной и имиджевой деятельности

Для достижения индикатора ПК-3.2 владеть: способами определения эффективных коммуникативных технологий в организации информационной и имиджевой деятельности

Для достижения индикатора ПК-3.3 владеть: основами осуществления интегрированного информационного обеспечения делового сотрудничества предприятия в СМИ

ПК-2: Способен организовывать и осуществлять деловые контакты в области международного сотрудничества

Знать:

Для достижения индикатора ПК-2.1 знать: особенности и требования к проведению (налаживанию) деловых контактов (переговоры, беседы, презентации и др.) с партнерами и клиентами

Для достижения индикатора ПК-2.3 знать: различные формы и особенности организации информационной и имиджевой деятельности

Уметь:

Для достижения индикатора ПК-2.1 уметь: организовывать и налаживать (осуществлять) деловые контакты, способствующие повышению имиджа

Для достижения индикатора ПК-2.3 уметь: обеспечивать информационное и имиджевое сопровождение (разрабатывает программу, планирует и организывает протокольные мероприятия)

Владеть:

Для достижения индикатора ПК-2.1 владеть: навыками организации информационной и имиджевой деятельности в процессе делового сотрудничества

Для достижения индикатора ПК-2.3 владеть: навыками организации информационной и имиджевой деятельности, в том числе при международном сотрудничестве.

ПК-5: Способен осуществлять координацию работ при реализации проекта

Знать:

Для достижения индикатора ПК-5.2 принципы командной работы при реализации международных проектов

Уметь:

Для достижения индикатора ПК-5.2 выбирать оптимальные способы координации работы команды международного проекта

Владеть:

Для достижения индикатора ПК-5.2 навыками командной работы, в том числе в функции координатора



В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	особенности интегрированного информационного обеспечения в СМИ и способы определения эффективных коммуникативных технологий, их каналов, форм и средства, реализуемых в процессе организации информационной и имиджевой деятельности, а также имеет представление о взаимосвязи командной работы и имиджевой коммуникации
3.2	Уметь:
3.2.1	анализировать информацию в интегрированных коммуникациях и определять эффективные коммуникативные технологии, а также каналы СМИ при реализации интегрированного информационного обеспечения; организовывать деловые контакты и обеспечивать информационное и имиджевое сопровождение (разрабатывать программу, планировать и организовывать протокольные мероприятия), способствующие повышению имиджа, координировать работы проектной группы в интересах формирования имиджа организации или предприятия
3.3	Владеть:
3.3.1	основами анализа интегрированных коммуникаций и способами определения эффективных коммуникативных технологий, реализующихся в процессе организации интегрированного информационного обеспечения и имиджевой деятельности; организации сопровождения мероприятий, в том числе при международном сотрудничестве, и обеспечения их информационного освещения, а также способностью эффективно осуществлять координацию работы участников команды

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 144 в том числе : аудиторные занятия : 36 самостоятельная работа : 82,2 часов на контроль : 18 контактная работа: 43,8 ИКР: 7,8	Виды контроля в семестрах: экзамены 8

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Организация информационной и имиджевой деятельности в международном сотрудничестве			
1.1	Имиджевая коммуникации в международном сотрудничестве. Предмет имиджмейкинга. Аудитории имиджа. Объект и субъект имиджа. Имиджелогия. Инструментарий имиджелогии. Имиджмейкер. Имиджформирующая информация (прямая и косвенная). Виды имиджформирующей информации. Коммуникативные технологии и средства формирования и поддержания имиджа. «Четырёхтактная» модель имиджевой компании. /Лек/	8	4	Л1.2Л2.1 Э1
1.2	Имиджевая коммуникация и ее роль в международном сотрудничестве. Классификация имиджа. Управление имиджформирующей информацией. Способы формирования индивидуального и корпоративного имиджей. /Пр/	8	2	Л1.2 Л1.4Л2.1 Э1
1.3	Репутационный менеджмент в организация информационной и имиджевой деятельности. /Ср/	8	9	Л1.4
1.4	Вербальный и невербальный имиджи в информационной деятельности при международном сотрудничестве. /Ср/	8	8	Л1.2 Э2 Э3
	Раздел 2. Интегрированные коммуникации в организации информационной и имиджевой деятельности при осуществлении международного сотрудничества			



Рабочая программа дисциплины "Организация информационной и имиджевой деятельности в международном сотрудничестве" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 "Лингвистика" направленности (профилю) Лингвистическое сопровождение международного сотрудничества ФГБОУ ВО «ЧелГУ»				стр. 6
2.1	Интегрированные коммуникации в процессе международного сотрудничества. Формы, каналы и средства интегрированных коммуникаций. Роль коммуникативные технологии рекламы и PR в интегрированных коммуникациях. Основные принципы отбора и анализа информации, используемой при реализации интегрированных коммуникаций. /Лек/	8	2	Л1.3Л2.6 Э1 Э2
2.2	Интегрированные коммуникации в процессе международного сотрудничества. Эффективные коммуникативные технологии, их каналы, формы и средства при реализации международной маркетинговой коммуникации. Эффективные каналы СМИ в организации информационной и имиджевой деятельности. Основные принципы отбора и анализа информации, используемой при реализации интегрированных коммуникаций /Пр/	8	4	Л1.3Л2.6 Э1 Э2 Э3
2.3	Специальные мероприятия и деловые контакты в международном сотрудничестве. /Пр/	8	4	Л1.7Л2.2 Э1
2.4	Интегрированные коммуникации в формировании корпоративного имиджа. Организация информационной и имиджевой деятельности международных компаний. Интегрированные коммуникации и корпоративная культура организации. Корпоративные средства массовой информации как способ отражения корпоративной культуры. Корпоративная культура. Влияние внутренней корпоративной культуры на внешний корпоративный имидж. Корпоративное позиционирование. Коммуникативные технологии, формы и средства формирования корпоративного имиджа и фирменного стиля. /Пр/	8	2	Л1.4 Л1.5 Л1.7
2.5	Интегрированные коммуникации в международном брендинге. Типы брендов. Бренд-менеджмент. Интегрированный брендинг. Товарный знак. Формирование имиджа товара рекламными и PR-средствами. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Франчайзинг. /Пр/	8	2	Л1.4
2.6	Интегрированные коммуникации в выставочной деятельности. Классификация выставок. Реклама и PR на выставке (для клиентов, СМИ и персонала компании). Виды POS-материалов. Модели поведения и деловые контакты во время выставочной деятельности. Нормы делового этикета на выставках, влияющие на формирование положительного имиджа. /Лек/	8	2	Л1.1
2.7	Интегрированные коммуникации во внешнеэкономической деятельности в процессе международного сотрудничества. /Ср/	8	9	Л1.3 Л1.5Л2.6 Э1 Э3
2.8	Рекламные и PR-тексты в организации информационной и имиджевой деятельности при осуществлении международного сотрудничества. /Ср/	8	9	Л2.4
2.9	Организация информационной и имиджевой деятельности территории. Интегрированные коммуникации в геобрендинге территории. Коммуникативные технологии формирования и продвижения геобрендинга. Коммуникативные средства продвижения и формирования имиджа территории. /Ср/	8	9	Л2.5 Э3
2.10	Копирайтинг в информационной и имиджевой деятельности. Копирайтинг и интегрированные коммуникации в международном сотрудничестве. /Ср/	8	9	Л1.6Л2.4 Э3
2.11	Организация информационной и имиджевой деятельности товара (бренда). Интегрированные бренд-коммуникация. Типы / архитектура брендов. Бренд-менеджмент. Интегрированный брендинг. Товарный знак. Формирование имиджа товара рекламными и PR-средствами. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Коммуникативные средства и каналы формирования бренда. Особенности международного интегрированного брендинга. /Ср/	8	14,2	Л1.3 Л1.4 Э3



Рабочая программа дисциплины "Организация информационной и имиджевой деятельности в международном сотрудничестве" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 "Лингвистика" направленности (профилю) Лингвистическое сопровождение международного сотрудничества ФГБОУ ВО «ЧелГУ»				стр. 7
2.12	Корпоративный имидж во внешнеэкономической деятельности. Влияние интегрированных коммуникаций на формирование положительного имиджа во внешнеэкономической деятельности. /Ср/	8	5	Л2.6 Э3
Раздел 3. Деловые контакты при организации информационной и имиджевой деятельности в области международного сотрудничества				
3.1	Деловые контакты при организации информационной и имиджевой деятельности в области международного сотрудничества. Особенности деловой коммуникации при осуществлении международного сотрудничества. Формы, каналы и средства деловой коммуникации. /Лек/	8	4	Л1.6 Л1.7Л2.3 Э3
3.2	Особенности и требования к проведению (налаживанию) деловых контактов (переговоры, беседы, презентации и др.) с партнерами и клиентами. /Пр/	8	2	Л1.6 Л1.7Л2.2
3.3	Специальные мероприятия и деловые контакты в международном сотрудничестве. Роль event-мероприятия в формировании имиджа. Специальные мероприятия как форма организации информационной и имиджевой деятельности. Определения, цель и задачи специальных PR-мероприятий. Классификация специальных мероприятий. Последовательность организации и проведения специального мероприятия. Особенности проведения специальных мероприятий. Нормы делового этикета, принятые в различных ситуациях межкультурного общения (обеспечение деловых переговоров, обеспечение переговоров официальных делегаций). /Пр/	8	2	Л1.5Л2.2 Э3
3.4	Деловые контакты при организации информационной и имиджевой деятельности в области международного сотрудничества. Особенности деловой коммуникации при осуществлении международного сотрудничества. Формы, каналы и средства деловой коммуникации. /Пр/	8	2	Л1.6Л2.6 Э3
3.5	Пресс-конференция как форма деловой информационной и имиджевой деятельности. Понятие и типы пресс-конференций. Подготовка пресс-конференции. Приглашение прессы. Аккредитация СМИ. Разработка текстовых PR-материалов для СМИ. Оценка результатов пресс-конференции. Модели поведения и ситуации общения во время пресс-конференции. Нормы делового этикета пресс-конференциях, влияющие на формирование положительного имиджа. /Пр/	8	2	Л1.7Л2.5 Э3
3.6	Деловые контакты при организации информационной и имиджевой деятельности политика. Политическая коммуникация. Политическая имиджелогия.Позиционирование политического деятеля. Особенности восприятия политической имиджевой коммуникации. Коммуникативные технологии, каналы и средства формирования политического имиджа. Влияние политических рекламных и PR- текстов на формирование политического имиджа. Модели поведения политика во время предвыборной агитации и ситуации общения с электоратом, влияющие на формирование положительного имиджа. /Пр/	8	2	Л1.6 Э3
3.7	Деловые контакты при формировании индивидуального имиджа. Роль индивидуального имиджа в международном сотрудничестве. Организация информационной деятельности в процессе формирования индивидуального имиджа. /Ср/	8	10	Л1.6Л2.3 Э3
Раздел 4. Иная контактная работа				



Рабочая программа дисциплины "Организация информационной и имиджевой деятельности в международном сотрудничестве" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 "Лингвистика" направленности (профилю) Лингвистическое сопровождение международного сотрудничества ФГБОУ ВО «ЧелГУ»				стр. 8
4.1	Индивидуальные консультации и текущий контроль /ИКР/	8	7,8	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1 Э2 Э3

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Тест, опрос, учебная задача (реферат, кейс).

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Примеры тем опроса.

Роль коммуникативных технологии рекламы и PR в организации информационной и имиджевой деятельности при осуществлении международного сотрудничества.

«Четырёхтактная» модель имиджевой компании и ее значение в международном сотрудничестве.

Интегрированные коммуникации в формировании и поддержании корпоративного имиджа.

Организация информационной и имиджевой деятельности международных компаний.

Специальные мероприятия и деловые контакты в международном сотрудничестве.

Специальные мероприятия как форма организации информационной и имиджевой деятельности.

Примеры тем реферата.

Интегрированные коммуникации во внешнеэкономической деятельности в процессе международного сотрудничества.

Рекламные и PR-тексты в организации информационной и имиджевой деятельности при осуществлении международного сотрудничества.

Деловые контакты при формировании индивидуального имиджа. Роль индивидуального имиджа в международном сотрудничестве. Организация информационной деятельности в процессе формирования индивидуального имиджа.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Пример теста.

1. Организационная стратегия, используемая для управления компанией и товаром, при которой все действия и обращения базируются на ценности, которую компания приносит в сферу собственной деятельности называется:

- А. брендингом;
- Б. брендбилдингом;
- В. интегрированным брендингом;
- Г. бренд-менеджментом.

2. Сформированный у избирателей образ, являющийся следствием его непосредственного восприятия, его политической деятельности и продвижением в результате PR- и рекламной деятельности в СМИ – это...

- А. имидж политика;
- Б. имидж кандидата;
- В. индивидуальный имидж;
- Г. образный имидж.

3. Какой вид имиджформирующей информации, позволяет наиболее эффективно преодолевать влияние стереотипов и адаптироваться к изменяющимся в международном сотрудничестве?

- А. прямая;
- Б. косвенная;
- В. прямая и косвенная;
- Г. опосредованная.

4. Специальные мероприятия – это...

- А. организованное действие или совокупность действий, направленных на осуществление определенной цели;
- Б. мероприятия, проводимые субъектом PR в целях формирования оптимальной коммуникативной среды - привлечения внимания общественности к самому субъекту PR, его деятельности и продуктам;
- В. мероприятия для специальной цели;
- Г. совокупность действий, объединённых одной общественно значимой задачей.



5. С чего необходимо начинать формирование делового имиджа при международном сотрудничестве:

- А. с создания прототипа имиджа;
- Б. с выбора стратегии;
- В. с выбора целевой аудитории;
- Г. с формулирования имиджевых целей.

Пример тем опроса.

Какие формы деловых контактов при организации информационной и имиджевой деятельности в области международного сотрудничества наиболее эффективны?

Какими особенностями обладает деловая коммуникация при осуществлении международного сотрудничества?

Какие коммуникативные технологии наиболее эффективны при интегрированных коммуникациях в международном брендинге?

Перечислите достоинства и недостатки интегрированных коммуникации в процессе международного сотрудничества.

Опишите значение / роль имиджевой коммуникации в международном сотрудничестве.

Пример учебной задачи (кейс).

Кейс 1. Прочитайте описание ситуации и ответьте на вопрос.

Под имиджем делового человека обычно понимают сформировавшийся образ, в котором выделяют ценностные характеристики и черты, оказывающие определенное воздействие на окружающих. Имидж складывается в ходе личных контактов человека, на основе мнений, высказываемых о нем окружающими. Как вы считаете в какой коммуникативной ситуации наиболее полно и эффективно формируется прямая имиджформирующая информация.

Кейс 2. Прочитайте описание ситуации и ответьте на вопрос.

Вы представитель крупной российской корпорации и пришли на международные переговоры. Ваш собеседник представитель Юго-Восточной Азии. Какой жест приветствия в данной ситуации вы будете использовать? И как он отразится на формировании имиджа о вашей организации?

Кейс 3. Прочитайте описание ситуации и ответьте на вопрос.

Вы президент российской компании по производству детских игрушек и присутствуете на международном маркетинговом конгрессе в Англии. Основная цель Конгресса – создание площадки для общения руководителей среднего и высшего звена, обмена опытом, технологиями и решениями. После конгресса, во время гала-ужина, вы хотите наладить деловые отношения с партнером из Великобритании. Какие темы коммуникации вы можете предложить?

6.4. Критерии оценивания

1. Критерии оценивания теста

Предлагаются вопросы с 4 вариантами ответа.

Отлично – результативность выполнения заданий 86-100 % от максимально возможного балла за тест (высокий уровень освоения)

Хорошо – результативность выполнения заданий 69-85 % от максимально возможного балла за тест (средний уровень освоения)

Удовлетворительно - результативность выполнения заданий 51-68 % от максимально возможного балла за тест (базовый уровень освоения)

Неудовлетворительно – результативность выполнения заданий 50-0 % от максимально возможного балла за тест.

2. Критерии оценивания результатов опроса.

Предлагается ответить на вопросы по разделам, изученным в течение семестра. Максимальный балл за ответ опроса - 35 баллов.

Высокий уровень подготовки – ответ полный (35-28 баллов). Дан полный, развернутый ответ, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ логичен, доказателен (показано умение подкреплять выявленные примеры теоретическими положениями), демонстрирует авторскую позицию. Ответ формулируется в терминах лингвистики (в том числе прикладной) и дискуртологии, изложен литературным языком. Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов, допущены одна-две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются обучающимся по замечанию.



Хороший уровень подготовки – ответ полный (27-20 баллов). Студент последовательно излагает теоретический материал, но допускает неточности в использовании понятийного аппарата. Приводимые классификации и теоретические положения не всегда иллюстрируются языковыми примерами. Обучающийся использует терминологию, но не всегда верно идентифицирует используемые научные категории и явления. Обучающийся в основном способен аргументировано ответить на дополнительные вопросы, изложить свою точку зрения.

В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя.

Удовлетворительный уровень подготовки – ответ неполный (19-10 балла). Знания теоретического материала поверхностны, не подкреплены иллюстративным языковым материалом. Обучающийся с трудом отвечает на дополнительные вопросы и не всегда излагает свою точку зрения. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Логика и последовательность изложения имеют нарушения.

Неудовлетворительный уровень подготовки – ответ неполный (9-0 баллов) Студент не владеет теоретическим материалом, не приводит основных понятий и классификаций, допускает грубые ошибки при идентификации явлений в анализируемом контексте. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины. В изложении отсутствует логика, выводы сформулированы некорректно.

За отсутствие ответа выставляется 0 баллов.

3. Критерии оценивания результатов учебной задачи (кейс).

Высокий уровень (35-28 баллов):

- Обучающийся выделяет главные положения в изученном материале и не затрудняется в ответах на видеоизмененные вопросы.

- Не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала.

- Обучающийся усвоил весь объем программного материала и свободно применяет знания на практике.

Учебная задача решена самостоятельно. Содержание, формат и структура решения задачи полностью соответствуют заданию. Задача решена правильно, решение полное и развернутое, ошибки единичны и не затрагивают существенных сторон решаемой проблемы.

Хороший уровень (27-20):

- Обучающийся знает изученный материал и отвечает без особых затруднений на вопросы преподавателя.

- Обучающийся умеет применять полученные знания на практике.

- В условиях ответа не допускает серьезных ошибок, легко устраняет определенные неточности с помощью дополнительных вопросов.

Учебная задача решена самостоятельно. Содержание, формат и структура решения задачи в основном соответствуют заданию. Задача решена правильно, решение не развернуто, в некоторых случаях не является полным, ошибки единичны и не затрагивают существенных сторон решаемой проблемы.

Удовлетворительный уровень когда (19-10 баллов):

- Обучающийся обнаруживает освоение основного материала, но испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных дополняющих вопросов.

- Предпочитает отвечать на вопросы воспроизводящего характера и испытывает затруднения при ответах на воспроизводящие вопросы.

Учебная задача решена не вполне самостоятельно и не вполне правильно, с опорой на наводящие вопросы и уточнения. Содержание, формат и структура решения задачи в ряде случаев не соответствуют заданию. Решение не развернуто, не является полным, ошибки в ряде случаев затрагивают существенные стороны решаемой проблемы.

Неудовлетворительный уровень подготовки (9-0 баллов):

- У обучающегося имеются отдельные представления об изучаемом материале.

Задача не решена.

Критерии оценивания результатов учебной задачи (реферат).

Высокий уровень (20-15 баллов):

- Обозначена проблема и обоснована её актуальность.

- Сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция.

- Сформулированы выводы.

- Тема раскрыта полностью.

- Выдержан объём.

- Соблюдены требования к внешнему оформлению.

Хороший уровень (14-10 баллов): основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности,



имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении.

Удовлетворительный уровень когда (9-6 баллов): имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; в реферате отсутствует вывод; материал оформлен не аккуратно или не в соответствии с требованиями.

Неудовлетворительный уровень подготовки (5-0 баллов): тема реферата не раскрыта, обнаруживаются отдельные представления об изучаемом материале или существенное непонимание проблемы.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л1.1	Стровский Л. Е., Фролова Е. Д., Стровский Д. Л., Осинцев Ю. В., Демченко Е. А., Стровский Л. Е.	Основы выставочно-ярмарочной деятельности: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684546)	Москва : Юнити-Дана, 2017	ЭБС
Л1.2	Андреева С. В.	Имиджелогия: конспект лекций: курс лекций (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=487647)	Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017	ЭБС
Л1.3	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие (https://znanium.com/catalog/document?id=358550)	Москва : Дашков и К, 2020	ЭБС
Л1.4	Шарков Ф.И.	Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие (https://znanium.com/catalog/document?id=358568)	Москва : Дашков и К, 2020	ЭБС
Л1.5	Сергеева З. Н.	Основы интегрированных коммуникаций: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576518)	Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016	ЭБС
Л1.6	Звягинцева О. С., Кенина Д. С., Бабкина О. Н., Исаенко А. П.	Коммуникационный менеджмент: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614100)	Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2019	ЭБС
Л1.7	Звягинцева О. С.	Командная работа и коммуникации: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614102)	Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2019	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.1	Горчакова В. Г.	Прикладная имиджелогия: учебное пособие для вузов	Ростов на Дону: Феникс, 2010	



Рабочая программа дисциплины "Организация информационной и имиджевой деятельности в международном сотрудничестве" по направлению подготовки (специальности) 45.03.02 "Лингвистика" направленности (профилю) Лингвистическое сопровождение международного сотрудничества ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			стр. 12	
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.2	Афанасьев Г. С.	Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг: монография (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139178)	Москва : Лаборатория книги, 2012	ЭБС
Л2.3	Кадермятова Р. А.	Имиджелогия: учебно-практическое пособие: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363227)	Ульяновск : Ульяновский государственный технический университет (УлГТУ), 2014	ЭБС
Л2.4	Музыкант В. Л., Скнарев Д. С.	Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда): монография (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064)	Москва, Берлин : Директ-Медиа, 2019	ЭБС
Л2.5	Ковалева Л. В.	Маркетинг территорий: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572901)	Тюмень : Тюменский государственный университет, 2017	ЭБС
Л2.6	Шипкова О. Т., Шатаева О. В., Скубрий Е. В., Николаев М. В.	Основы международного менеджмента и маркетинга: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615680)	Москва, Берлин : Директ-Медиа, 2021	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Лекториум - просветительский проект: массовые открытые онлайн-курсы, открытый видеоархив лекций вузов России https://www.lektorium.tv
Э2	Энциклопедиум [энциклопедии, словари, справочники] - справочный портал http://enc.biblioclub.ru
Э3	КиберЛенинка - научная электронная библиотека (журналы) http://cyberleninka.ru

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

LMS Moodle, ПО «Антивирус Касперского»

MS Office365

Adobe Reader

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<https://elibrary.ru/defaultx.asp?>) eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <https://elibrary.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Национальная электронная библиотека (НЭБ) (<https://rusneb.ru/>) Национальная электронная библиотека (НЭБ) : объединенный электронный каталог фондов российских библиотек : сайт. – URL: <http://нэб.рф>. – Режим доступа: из читальных залов библиотеки ЧелГУ. – Текст : электронный.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>) КонсультантПлюс : справочно-правовая система : база данных / Региональный центр правовой информации Информправо. – Москва, 1992 – . – Режим доступа: из читальных залов библиотеки. – Текст : электронный.

Справочно-правовая система «Гарант» (<http://www.garant.ru/>) ГАРАНТ.РУ : информационно-правовой портал / ООО «НПО ГАРАНТ-СЕРВИС». – Москва, 1990 – . – Режим доступа: из читальных залов библиотеки 1-го корпуса (читальный зал № 3 – ауд. 205, медиацентр – ауд. 206, библиотека юридической литературы – ауд. 215). – Текст : электронный

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для реализации дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (мультимедийный

проектор и экран, ноутбуки, нетбуки, доступ к Интернет-ресурсам).



Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (целевые аудитории корпоративного имиджа, модель имиджевой кампании Г.Г. Почепцова).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета»

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения учебных занятий, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет», демонстрационное оборудование. Самостоятельная работа организуется в помещениях для самостоятельной работы, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу обучающегося на всех занятиях аудиторной формы (лекции, практические занятия), выполнение заданий текущего и промежуточного контроля, планомерную самостоятельную работу. В ходе освоения дисциплины обучающийся расширяет свой научный опыт, развивает такие общекультурные и профессиональные компетенции, как овладение навыками исследовательской деятельности; целеполагание, планирование, анализ и рефлексия в процессе познания; расстановка приоритетов и нахождение оптимальных решений в различных ситуациях и др.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (онлайн-лекции (вебинары), или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, электронная почта).

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей.

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

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

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными при прохождении промежуточной аттестации:

1. Текущая аттестация 70 %
 - 1.1. Посещение занятий 5 %
 - 1.2. Текущий контроль аудиторной работы 45%
 - 1.3. Текущий контроль самостоятельной работы (реферат) 20%
2. Промежуточная аттестация (в виде теста, устного опроса и кейса) 30%

Итого: 100% = 100 баллов

Реализация дисциплины с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) осуществляется на основании «Положения о реализации основных и дополнительных образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Челябинский государственный университет», «Положения о порядке зачета обучающимися по основным профессиональным образовательным программам высшего образования в ФГБОУ ВО «ЧелГУ» результатов освоения в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик, дополнительных образовательных программ» посредством электронной информационно-образовательной среды ФГБОУ ВО «ЧелГУ». В исключительных случаях (форс-мажор и т.п.) при реализации образовательной деятельности с применением ЭО, ДОТ могут применять компоненты, не входящие в перечень электронной информационно-образовательной среды.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и голо информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося.



1. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения: портативный компьютер с вводом/выводом шрифтом Брайля с синтезатором речи «E1Braille-W14J G2»; ноутбуки с программой экранного доступа NVDA; электронные увеличители для удаленного просмотра; видеоувеличители портативные; тифлоплеер; цифровые диктофоны.

2. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями слуха: система свободного звукового поля со встроенной совместимостью с FM-устройствами; радиоклассы «Сонет-PCM» с передатчиком, заушным индуктором и индукционной петлей; система информационная для слабослышащих переносная «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором; документ-камера; программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования.

3. Ассистивные информационные технологии: программное обеспечение экранного доступа с синтезом речи NVDA; программы экранного увеличения; программы речевого синтеза для компьютеров и ноутбуков; программы речевого синтеза для мобильных устройств; экранная клавиатура; экранная лупа.

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации NVDA, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах, с помощью специальных технических и программных средств (рабочее место для незрячего пользователя с программным обеспечением экранного доступа с синтезом речи NVDA, рабочее место с компьютерным роллером и клавиатурой Clevy с большими кнопками и с разделяющей клавиши накладкой).

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме шрифтом Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle, Adobe Connect Pro и пр.).

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья используется индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей, обучающихся:

- а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме шрифтом Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика);
- б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания представляются с использованием сурдоперевода);
- в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере,



письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

45.03.02 Лингвистическое сопровождение международного сотрудничества, Лингвистика, Организация информационной и имиджевой деятельности в международном сотрудничестве, 2023 г.н., очная

Проректор по учебной работе утверждено 24.04.2023 В.Е. Федоров

Ученым советом факультета лингвистики и перевода

Протокол заседания № 9 от 18.04.2023

Председатель Ученого совета
факультета лингвистики и
перевода

согласовано

Л. А. Нефедова

Заседанием кафедры романо-германских языков и межкультурной коммуникации

Протокол заседания № 7 от 10.04.2023

Заведующий кафедрой

согласовано

У. А. Жаркова

Автор (составитель)

У. А. Жаркова

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1