**. Переведите текст с русского языка на английский**

**Компании «Ингосстрах» и «УФС» запустили программу страхования пассажиров железнодорожного транспорта**

***Москва, ХХ апреля 2016***

Страховая компания «Ингосстрах» и «Универсальная финансовая система», официальный партнер крупнейших железнодорожных перевозчиков и ведущий дистрибьютор электронных железнодорожных билетов в России, запустили проект по комплексному страхованию рисков медицинских расходов для пассажиров железнодорожного транспорта в поездках по России. Услуги комплексного страхования уже доступны на сайте  [UFS-online.ru](https://clck.yandex.ru/redir/nWO_r1F33ck?data=NnBZTWRhdFZKOHRaTENSMFc4S0VQTDdvZWV2bGQ3Y0dlNEltWGlHTzlHSWc0SVZmazhWOGJyTUtJenZxRlBHZzk3NzBvMXF0eWRZOE9Ea1JrblRxRzhwMXh6WV81dzBTNVFseGR5ZTJha2NMbDZFTVFERGNTNGlyZV9vSUFPMGQ&b64e=2&sign=7224363525a9cf1e8190f0cb41b441e9&keyno=17), в скором времени их также можно будет оформить через агентскую сеть «УФС».

В рамках новой программы страховая защита пассажира распространяется на весь период поездки по пути следования поезда и покрывает широкий перечень рисков от простудных до сложных заболеваний, требующих оказания высокотехнологичной медицинской помощи.

*«Страховой полис включает не просто денежную компенсацию застрахованному лицу или его родственникам при несчастном случае или травме, а обеспечивает защитой, направленной именно на организацию медицинской помощи, – прокомментировал [представитель компании «Ингосстрах»]. – Если состояние пассажира не позволяет самостоятельно добраться до ближайшей больницы, сервисный центр «Ингосстраха» организует вызов скорой помощи для доставки в медучреждение».*

*«Разрабатывая проект по комплексному страхованию пассажиров железнодорожного транспорта, мы стремились не только расширить ассортимент услуг, но и обеспечить нашим пассажирам дополнительную защиту и уверенность в своей безопасности». – отметил* ***Виктор Лукаш, директор по управлению агентской сетью компании «УФС»***.

**2. Переведите текст с английского языка на русский**

**Airbus Helicopters kicks off new H145 demo tour in Asia**

Marignane, France, March 21, 2016 – Airbus Helicopters’ H145 is back in Asia to showcase its performance and capabilities through a series of demo flights in Malaysia, Thailand, Indonesia and Taiwan. The first H145 demo tour was held in Southeast Asia in 2013, covering Malaysia and Thailand. Since then, there has been an increasing interest in this rotorcraft, especially in the emergency medical services (EMS) and commercial/business aviation segments.

This Asian demo tour will be divided into two legs. From 23-30 March, the H145 will visit Malaysia and Thailand once again. The second leg will start in May, covering Indonesia, eastern Malaysia and Taiwan for the first time.

“We are very pleased to bring the H145 back to Asia for demo flights. This is an excellent opportunity for us to connect with customers who could not take part in the previous demo tour,” said Philippe Monteux, Airbus Helicopters Head of Southeast Asia & Pacific region. “By actually flying the H145, operators will be able to experience firsthand the power and versatility of this light helicopter, which represents a very cost-efficient solution for all mission needs.”

Equipped with a large cabin which can accommodate up to 8 passengers (or 10 in special operations seating), a compact airframe and powerful engines, the H145 features sophisticated mission capabilities and flexibility, especially in high-and-hot operating conditions.

The H145 is the latest member of the 4-ton-class H145 family, which has a fleet of 1230 in service around the world clocking over 4.4 million flight hours. Although the aircraft is very popular in the EMS and corporate transportation segments, its built-in flexibility makes it the best choice of a wide variety of missions.

**3. Известная азиатская авиакомпания впервые в своей истории открывает регулярные рейсы между Москвой и Куала-Лумпуром и обращается к вам за PR-поддержкой.** Основные задачи на первом этапе: проинформировать о новом рейсе, сделать базовый destination promotion, сформировать спрос на билеты.

Кратко опишите (не более полутора страниц) рекомендуемую коммуникационную стратегию для сопровождения запуска новых рейсов и составьте текст пресс-релиза. Бюджет на SMM и финансовую поддержку изданий не ограничен. Но чем меньше бюджета с большей эффективностью вы потратите, тем лучше.

Название авиакомпании можно придумать, сегмент – классическая авиакомпания (тарифы от эконома до первого класса).

**4. Крупный отраслевой клиент опубликовал результаты первой стадии разработки** «лётомобиля», который сможет не только подобно небольшому личному самолёту быстрее домчать из одного конца города в другой, но и совмести с проектируемой транспортной системой Hyperloop. На тему был также подготовлен специальный видео ролик, опубликованный на официальном Youtube-канале производителя. К каким российским изданиям вы обратитесь для продвижения этой темы (список не более 7 изданий) и почему? Как преподнесёте тему, чтобы заинтересовать журналиста? Варианты рекламного размещения не рассматриваются.

При выполнении заданий можно пользоваться словарями и информацией из открытых источников.