Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Агабекян Раиса Левоновна
Должность: ректор
Дата подписания: 11.10.2023 15:11:00
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcda9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9bcbe

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»
(г. Краснодар)

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе, доцент

_____Н.И. Севрюгина

17 апреля 2023 г.

Б1.О.01.01
ДЕЛОВЫЕ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ
Иностранный язык

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций**

Учебный план 43.03.03 Гостиничное дело

Квалификация **бакалавр**
Форма обучения **заочная**
Общая трудоемкость **9 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 324
в том числе:
аудиторные занятия 38
самостоятельная работа 269
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР) 0
часов на контроль 16,3

Виды контроля на курсах:
экзамены 2
зачеты 1

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		2		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП		
Практические	26	26	12	12	38	38
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,4	0,4	0,3	0,3	0,7	0,7
Итого ауд.	26	26	12	12	38	38
Контактная работа	26,4	26,4	12,3	12,3	38,7	38,7
Сам. работа	182	182	87	87	269	269
Часы на контроль	7,6	7,6	8,7	8,7	16,3	16,3
Итого	216	216	108	108	324	324

Программу составил(и):

кандидат культурологии, доцент, Буряк Н.Ю.

Рецензент(ы):

к.ф.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ», Г.Н. Немец ;директор по маркетингу группы компаний «Р-класс» , А.А. Луговой

Рабочая программа дисциплины

Иностранный язык

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 515)

составлена на основании учебного плана:

43.03.03 Гостиничное дело

утвержденного учёным советом вуза от 17.04.2023 протокол № 9.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций

Протокол от 22.03.2023 г. № 6

Зав. кафедрой И.о. зав кафедрой В.В. Прилепский

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол №9 от 17 апреля 2023 г.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Целью освоения дисциплины «Иностранный язык» является формирование компетенций, уровень которых позволяет использовать иностранный язык, повышение их профессиональной компетентности, расширение общего кругозора, повышение уровня общей культуры, культуры мышления, общения и речи; формирование готовности содействовать налаживанию межкультурных и научных связей, представлять свою страну на международных конференциях и симпозиумах, знакомиться с научной и справочной зарубежной профессионально -ориентированной литературой.

Задачи: - формирование у обучающихся иноязычной компетенции как основы межкультурного профессионального общения;
- формирование умения самостоятельно работать с иностранным языком;
- систематизировать основные фонетические, лексические и грамматические навыки обучающихся;
- ознакомить обучающихся с приёмами экстенсивного (ознакомительного) и интенсивного (изучающего) видов чтения текстов на иностранном языке;
- ознакомить обучающихся с двумя видами перевода иностранных текстов на русский язык: дословным и адекватным;
- научить обучающихся грамотно пользоваться словарями;
- развить у обучающихся навыки и умения самостоятельной работы над языком;
- обеспечить обучающихся речевыми формулами (клише), позволяющими успешно осуществлять общение на иностранном языке;
-приобрести навыки самостоятельной когнитивной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.01
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Иностранный язык делового общения (второй)
2.1.2	Межкультурные коммуникации на иностранном языке
2.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Деловые коммуникации и культура речи
2.2.2	Иностранный язык делового общения (второй)
2.2.3	Межкультурные коммуникации на иностранном языке
2.2.4	Основы обслуживания корпоративных клиентов в гостиничном деле
2.2.5	Иностранный язык в профессиональной деятельности (второй)
2.2.6	Производственная практика: организационно-управленческая практика
2.2.7	Организация работы службы приема и размещения
2.2.8	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.9	Производственная практика: преддипломная практика
2.2.10	Производственная практика: сервисная практика

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ и планируемые результаты обучения	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
УК-4.1: Знает: принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно- коммуникационных технологий	
Знать	
Уровень 1	Знает принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии.
Уровень 2	Знает принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии.
Уровень 3	Знает принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно-коммуникационных технологий.
Уметь	
Уровень 1	Умеет коммуницировать в профессиональной этике; улучшить коммуникацию в организации, а также коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии.
Уровень 2	Умеет коммуницировать в профессиональной этике; улучшить коммуникацию в организации, а также

	коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; наладить коммуникационные потоки коммуникации в профессиональном взаимодействии.
Уровень 3	Умеет коммуницировать в профессиональной этике; улучшить коммуникацию в организации, а также коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; наладить коммуникационные потоки коммуникации в профессиональном взаимодействии; использовать методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно- коммуникационных технологий.
Владеть	
Уровень 1	Владеет коммуникацией в профессиональной этике; коммуникацией в организации.
Уровень 2	Владеет коммуникацией в профессиональной этике; коммуникацией в организации, а также владеть коммуникационными технологиями в профессиональном взаимодействии; владеть умением наладить коммуникационные потоки коммуникации в профессиональном взаимодействии.
Уровень 3	Владеет коммуникацией в профессиональной этике; коммуникацией в организации, а также владеть коммуникационными технологиями в профессиональном взаимодействии; владеть умением наладить коммуникационные потоки коммуникации в профессиональном взаимодействии; использовать методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно-коммуникационных технологий.
УК-4.2: Умеет: создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять внутренние коммуникации в организации; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеть принципами формирования системы коммуникации; анализировать систему коммуникационных связей в организации	
Знать	
Уровень 1	Знает методы создания на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам.
Уровень 2	Знает методы создания на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; способы исследования прохождения информации по управленческим коммуникациям; методы и способы определения внутренних коммуникаций в организации.
Уровень 3	Знает методы создания на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; способы исследования прохождения информации по управленческим коммуникациям; методы и способы определения внутренних коммуникаций в организации; способы произведения редакторской и корректорской правки текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; знает принципы формирования системы коммуникации; анализ системы коммуникационных связей в организации.
Уметь	
Уровень 1	Умеет создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям.
Уровень 2	Умеет создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять способы внутренних коммуникаций в организации.
Уровень 3	Умеет создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять способы внутренних коммуникаций в организации; производить редакторскую и корректорскую правки текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; умеет формировать системы коммуникации; анализировать системы коммуникационных связей в организации.
Владеть	
Уровень 1	Владеет навыками написания на русском и иностранном языке текстов научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам.
Уровень 2	Владеет навыками написания на русском и иностранном языке текстов научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; прохождением информации по управленческим коммуникациям; навыками определять способы внутренних коммуникаций в организации.
Уровень 3	Владеет навыками написания на русском и иностранном языке текстов научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; прохождением информации по управленческим коммуникациям; навыками определять способы внутренних коммуникаций в организации; производить редакторскую и корректорскую правки текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеет навыками формирования системы коммуникации; анализирования системы коммуникационных связей в организации.
УК-4.3: Владеет: реализацией способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке; представлением планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий	
Знать	

Уровень 1	Знает способы реализации устной и письменной видов коммуникации.
Уровень 2	Знает способы реализации устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке.
Уровень 3	Знает способы реализации устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке; знает планы и результаты собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий.
Уметь	
Уровень 1	Умеет реализовать устные и письменные виды коммуникации.
Уровень 2	Умеет реализовать устные и письменные виды коммуникации, в том числе на иностранном языке.
Уровень 3	Умеет реализовать устные и письменные виды коммуникации, в том числе на иностранном языке; умеет достигать результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий.
Владеть	
Уровень 1	Владеет устными и письменными видами коммуникации.
Уровень 2	Владеет устными и письменными видами коммуникации, в том числе на иностранном языке.
Уровень 3	Владеет устными и письменными видами коммуникации, в том числе на иностранном языке; владеет способами достигать результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	Раздел 1. Модуль 1. Лингвистический материал					
1.1	Тема 1. Фонетико-орфографический материал: Фонетические стандарты иностранного языка. Сведения о словесном ударении, фразовом ударении, ритмике и интонации иноязычной речи. Основные особенности ассимиляции иноязычных звуков. Фонетическая транскрипция. Основные правила орфографии и пунктуации в иностранном языке. /Пр/	1	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
1.2	Тема 1. Фонетико-орфографический материал: Фонетические стандарты иностранного языка. Сведения о словесном ударении, фразовом ударении, ритмике и интонации иноязычной речи. Основные особенности ассимиляции иноязычных звуков. Фонетическая транскрипция. Основные правила орфографии и пунктуации в иностранном языке. /Ср/	1	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
1.3	Тема 2. Грамматический материал: Морфология: Имя существительное. Артикль. Местоимение. Имя прилагательное. Числительное. Наречие. Личные и неличные формы глагола. Модальные глаголы. /Пр/	1	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
1.4	Тема 2. Грамматический материал: Морфология: Имя существительное. Артикль. Местоимение. Имя прилагательное. Числительное. Наречие. Личные и неличные формы глагола. Модальные глаголы. /Ср/	1	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

1.5	Тема 3. Синтаксис: Система видовременных форм глагола в активном и пассивном залоге. Простое предложение и его типы. Повелительное и сослагательное наклонения. Синтаксические комплексы с инфинитивом, причастием, герундием. Основные типы сложноподчиненных предложений. Основные правила словообразования и формоизменения. /Пр/	1	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
1.6	Тема 3. Синтаксис: Система видовременных форм глагола в активном и пассивном залоге. Простое предложение и его типы. Повелительное и сослагательное наклонения. Синтаксические комплексы с инфинитивом, причастием, герундием. Основные типы сложноподчиненных предложений. Основные правила словообразования и формоизменения. /Ср/	1	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 2. Модуль 2. Социокультурные и профессиональные знания					
2.1	Тема 1. ADVERTISING History of Advertising.Introduction. Early forms. Effect of urban growth.Advertising and the modern world. /Пр/	1	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
2.2	Тема 1. ADVERTISING History of Advertising.Introduction. Early forms. Effect of urban growth.Advertising and the modern world. /Ср/	1	20	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
2.3	Тема 2. The Pros and Cons of the Major Advertising Media.A New Form of Advertising Threatens to Crowd out Traditional Commercials /Пр/	1	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
2.4	Тема 2. The Pros and Cons of the Major Advertising Media.A New Form of Advertising Threatens to Crowd out Traditional Commercials /Ср/	1	20	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
2.5	Тема 3. In Ads, US Stars Shine for Japanese Eyes Only Top Dollar, and No Image Problems.Nike: Celebrity Advertising. /Пр/	1	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
2.6	Тема 3. In Ads, US Stars Shine for Japanese Eyes Only Top Dollar, and No Image Problems.Nike: Celebrity Advertising. /Ср/	1	20	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
2.7	Тема 4. ADVERTISING AS A CAREER.Is Advertising your Cup of Tea? /Пр/	1	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

2.8	Тема 4. ADVERTISING AS A CAREER.Is Advertising your Cup of Tea? /Ср/	1	25	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
2.9	Тема 5. Advertising as a Career in the USA.Advertising in the Russian Media. /Ср/	1	25	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 3. Модуль 3. Сферы делового общения и грамматическая тематика					
3.1	Тема 1. Официально-деловая сфера общения. Общий менеджмент. Корпоративная культура. Клиентская поддержка. Управление информацией. Рецептивные виды речевой деятельности. Аудирование и чтение: • понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации: несложные публицистические и деловые тексты по обозначенной тематике; • детальное понимание текста: деловые письма. Продуктивные виды речевой деятельности Говорение: монолог-описание (отеля, видов деятельности, хобби и т.д.); монолог-сообщение (о личных планах на будущее и т.д.); диалог-расспрос (о предпочтениях в еде, досуге, хобби и т.д.). Письмо: электронные письма личного и делового характера, служебные записки /Пр/	1	5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
3.2	Тема 1. Официально-деловая сфера общения. Общий менеджмент. Корпоративная культура. Клиентская поддержка. Управление информацией. Рецептивные виды речевой деятельности. Аудирование и чтение: • понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации: несложные публицистические и деловые тексты по обозначенной тематике; • детальное понимание текста: деловые письма. Продуктивные виды речевой деятельности Говорение: монолог-описание (отеля, видов деятельности, хобби и т.д.); монолог-сообщение (о личных планах на будущее и т.д.); диалог-расспрос (о предпочтениях в еде, досуге, хобби и т.д.). Письмо: электронные письма личного и делового характера, служебные записки /Ср/	1	20	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

3.3	Тема 2. Официально-деловая и профессиональная сфера общения Управление человеческими ресурсами. Строительство карьеры. Карьера. Типы текстов: статьи, деловые письма, блоги / веб-сайты, информационные буклеты, интервью с известными бизнесменами, участниками студенческих обменных программ. Рецептивные виды речевой деятельности Аудирование и чтение: • понимание основного содержания текста: инструкции, обзоры, деловая корреспонденция (письма и т.д.), реклама, блоги / веб-сайты, информационные буклеты о предприятиях; • понимание запрашиваемой информации: интервью с известными предпринимателями, менеджерами, участниками проектов. Продуктивные виды речевой деятельности Говорение: монолог-описание своего вуза, монолог-сообщение о своей студенческой деятельности; монолог-повествование об участии в летней (волонтерской, трудовой) программе. Письмо: запись тезисов выступления о своем вузе; запись основных мыслей и фактов из текстов по изучаемой проблематике; заполнение форм и бланков для участия в студенческих программах; поддержание контактов со студентами за рубежом при помощи электронной почты /Пр/	1	5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

3.4	Тема 2. Официально-деловая и профессиональная сфера общения Управление человеческими ресурсами. Строительство карьеры. Карьера. Типы текстов: статьи, деловые письма, блоги / веб-сайты, информационные буклеты, интервью с известными бизнесменами, участниками студенческих обменных программ. Рецептивные виды речевой деятельности Аудирование и чтение: • понимание основного содержания текста: инструкции, обзоры, деловая корреспонденция (письма и т.д.), реклама, блоги / веб-сайты, информационные буклеты о предприятиях; • понимание запрашиваемой информации: интервью с известными предпринимателями, менеджерами, участниками проектов. Продуктивные виды речевой деятельности Говорение: монолог-описание своего вуза, монолог-сообщение о своей студенческой деятельности; монолог-повествование об участии в летней (волонтерской, трудовой) программе. Письмо: запись тезисов выступления о своем вузе; запись основных мыслей и фактов из текстов по изучаемой проблематике; заполнение форм и бланков для участия в студенческих программах; поддержание контактов со студентами за рубежом при помощи электронной почты /Ср/	1	24	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

3.5	Тема 3. Официально-деловая и профессиональная сфера общения Компании и сообщества. Управление бизнес-процессами. Слияния и приобретения. Международная торговля. Новый бизнес. Инвестиции. Честная торговля. Качество. Типы текстов: публицистические (медийные) тексты по обозначенной проблематике; прагматические тексты справочно-информационного и рекламного характера по обозначенной проблематике; формуляры и бланки (регистрационные бланки, таможенная декларация и т.д.); письменные проектные задания (контракты, презентации, буклеты, рекламные листовки, отчеты и т.д.) Рецептивные виды речевой деятельности Аудирование и чтение: • понимание основного содержания текста: публицистические (медийные) тексты по обозначенной проблематике; • понимание запрашиваемой информации: прагматические тексты справочно-информационного и рекламного характера по обозначенной проблематике; • детальное понимание текста: публицистические (медийные) тексты, прагматические тексты справочно-информационного и рекламного характера по обозначенной проблематике. Продуктивные виды речевой деятельности Говорение: монолог-описание, монолог -сообщение (о выдающихся бизнес-деятелях, открытиях, событиях и т.д.); диалог-расспрос (об увиденном, прочитанном); диалог-обмен мнениями (по обозначенной проблематике). Письмо: заполнение формуляров и бланков прагматического характера (регистрационные бланки, таможенная декларация и т.д.); письменные проектные задания (презентации, буклеты, рекламные листовки, коллажи, постеры и т.д.). /Пр/	1	5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

3.6	Тема 3. Официально-деловая и профессиональная сфера общения Компании и сообщества. Управление бизнес-процессами. Слияния и приобретения. Международная торговля. Новый бизнес. Инвестиции. Честная торговля. Качество. Типы текстов: публицистические (медийные) тексты по обозначенной проблематике; прагматические тексты справочно-информационного и рекламного характера по обозначенной проблематике; формуляры и бланки (регистрационные бланки, таможенная декларация и т.д.); письменные проектные задания (контракты, презентации, буклеты, рекламные листовки, отчеты и т.д.) Рецептивные виды речевой деятельности Аудирование и чтение: • понимание основного содержания текста: публицистические (медийные) тексты по обозначенной проблематике; • понимание запрашиваемой информации: прагматические тексты справочно-информационного и рекламного характера по обозначенной проблематике; • детальное понимание текста: публицистические (медийные) тексты, прагматические тексты справочно-информационного и рекламного характера по обозначенной проблематике. Продуктивные виды речевой деятельности Говорение: монолог-описание, монолог -сообщение (о выдающихся бизнес-деятелях, открытиях, событиях и т.д.); диалог-расспрос (об увиденном, прочитанном); диалог-обмен мнениями (по обозначенной проблематике). Письмо: заполнение формуляров и бланков прагматического характера (регистрационные бланки, таможенная декларация и т.д.); письменные проектные задания (презентации, буклеты, рекламные листовки, коллажи, постеры и т.д.). /Ср/	1	24	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

3.7	Тема 4. Профессиональная сфера общения (Я и моя будущая профессия) Избранное направление профессиональной деятельности Упаковка и маркировка. Заключение сделки. Увеличение продаж. Финансовый контроль Типы текстов: публицистические, научно-популярные тексты об истории, характере, перспективах развития профессиональной отрасли предприятия; тексты-интервью со специалистами данной профессиональной области; прагматические тексты (бизнес-план, расписания, справочники, объявления о вакансиях, чеки) Профессиональная сфера общения (Я и моя будущая профессия) 1. Избранное направление профессиональной деятельности Рецептивные виды речевой деятельности Аудирование и чтение: • понимание основного содержания: публицистические тексты об истории, характере, перспективах развития профессиональной отрасли; тексты-интервью со специалистами данной профессиональной области; • понимание запрашиваемой информации: популярные и прагматические тексты (статьи, справочники, объявления о вакансиях и т.д.); • детальное понимание текста: популярные и прагматические тексты по проблемам данной отрасли / бизнеса. Продуктивные виды речевой деятельности Говорение: монолог-описание (функциональных обязанностей / квалификационных требований); монолог-сообщение (о выдающихся бизнес-деятелях отрасли и профессиональной сферы, о перспективах развития отрасли); монолог-рассуждение по поводу перспектив карьерного роста / возможностей личностного развития; диалог–интервью / собеседование при приеме на работу. Письмо: написание CV; деловой корреспонденции (сопроводительное письмо, письмо-запрос, служебная записка и т.д.); тезисов письменного доклада	1	4,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

3.8	Тема 4. Профессиональная сфера общения (Я и моя будущая профессия) Избранное направление профессиональной деятельности Упаковка и маркировка. Заключение сделки. Увеличение продаж. Финансовый контроль Типы текстов: публицистические, научно-популярные тексты об истории, характере, перспективах развития профессиональной отрасли предприятия; тексты-интервью со специалистами данной профессиональной области; прагматические тексты (бизнес-план, расписания, справочники, объявления о вакансиях, чеки) Профессиональная сфера общения (Я и моя будущая профессия) 1. Избранное направление профессиональной деятельности Рецептивные виды речевой деятельности Аудирование и чтение: • понимание основного содержания: публицистические тексты об истории, характере, перспективах развития профессиональной отрасли; тексты-интервью со специалистами данной профессиональной области; • понимание запрашиваемой информации: популярные и прагматические тексты (статьи, справочники, объявления о вакансиях и т.д.); • детальное понимание текста: популярные и прагматические тексты по проблемам данной отрасли / бизнеса. Продуктивные виды речевой деятельности Говорение: монолог-описание (функциональных обязанностей / квалификационных требований); монолог-сообщение (о выдающихся бизнес-деятелях отрасли и профессиональной сферы, о перспективах развития отрасли); монолог-рассуждение по поводу перспектив карьерного роста / возможностей личностного развития; диалог–интервью / собеседование при приеме на работу. Письмо: написание CV; деловой корреспонденции (сопроводительное письмо, письмо-запрос, служебная записка и т.д.); тезисов письменного	1	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 4. Промежуточная аттестация 1 курс 1 семестр					

4.1	Контактная работа на аттестации /КАЭ/	1	0,4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 5. Модуль 1. Лингвистический материал					
5.1	Тема 1. Фонетико-орфографический материал: Фонетические стандарты иностранного языка. Сведения о словесном ударении, фразовом ударении, ритмике и интонации иноязычной речи. Основные особенности ассимиляции иноязычных звуков. Фонетическая транскрипция. Основные правила орфографии и пунктуации в иностранном языке. /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
5.2	Тема 1. Фонетико-орфографический материал: Фонетические стандарты иностранного языка. Сведения о словесном ударении, фразовом ударении, ритмике и интонации иноязычной речи. Основные особенности ассимиляции иноязычных звуков. Фонетическая транскрипция. Основные правила орфографии и пунктуации в иностранном языке. /Ср/	2	14	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
5.3	Тема 2. Грамматический материал: Морфология: Имя существительное. Артикль. Местоимение. Имя прилагательное. Числительное. Наречие. Личные и неличные формы глагола. Модальные глаголы. /Ср/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
5.4	Тема 3. Синтаксис: Система видовременных форм глагола в активном и пассивном залоге. Простое предложение и его типы. Повелительное и сослагательное наклонения. Синтаксические комплексы с инфинитивом, причастием, герундием. Основные типы сложноподчиненных предложений. Основные правила словообразования и формоизменения. /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
5.5	Тема 3. Синтаксис: Система видовременных форм глагола в активном и пассивном залоге. Простое предложение и его типы. Повелительное и сослагательное наклонения. Синтаксические комплексы с инфинитивом, причастием, герундием. Основные типы сложноподчиненных предложений. Основные правила словообразования и формоизменения. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

5.6	Тема 4. Лексический материал: Наиболее распространенные языковые средства выражения коммуникативно-речевых функций. Общеупотребительные речевые единицы. Лексические и фразеологические явления. Безэквивалентная и фоновая лексика. Заимствования. Многокомпонентные слова и выражения. Фразовые глаголы. Фразеологизмы. Лексическая вариативность. /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
5.7	Тема 4. Лексический материал: Наиболее распространенные языковые средства выражения коммуникативно-речевых функций. Общеупотребительные речевые единицы. Лексические и фразеологические явления. Безэквивалентная и фоновая лексика. Заимствования. Многокомпонентные слова и выражения. Фразовые глаголы. Фразеологизмы. Лексическая вариативность. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 6. Модуль 2. Социокультурные и профессиональные знания					
6.1	Тема 1. LANGUAGE AND PSYCHOLOGY The language of advertising. Persuasive Advertising /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
6.2	Тема 1. LANGUAGE AND PSYCHOLOGY The language of advertising. Persuasive Advertising /Ср/	2	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
6.3	Тема 2. Survey Reveals Divide Over Youths Desires.How to Sell Food: a Question of Image. /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
6.4	Тема 2. Survey Reveals Divide Over Youths Desires.How to Sell Food: a Question of Image. /Ср/	2	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
6.5	Тема 3. Some Thoughts on Color.Advertising All Over the World. /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
6.6	Тема 3. Some Thoughts on Color.Advertising All Over the World. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
6.7	Тема 4. Advertising Week Draws Professionals to Moscow.Product Placement Takes off in Russia. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

6.8	Тема 4. Advertising Week Draws Professionals to Moscow.Product Placement Takes off in Russia. /Ср/	2	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
6.9	Тема 5. Types of Advertising /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э3 Э4 Э5 Э6	
6.10	Тема 5. Types of Advertising /Ср/	2	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 7. Модуль 3. Сферы делового общения					
7.1	Тема 1. Общение и его виды. Деловой этикет. Английский язык делового общения. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
7.2	Тема 1. Общение и его виды. Деловой этикет. Английский язык делового общения. /Ср/	2	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
7.3	Тема 2. Социокультурная языковая компетенция делового общения на английском языке. Некоторые грамматические и лексические особенности делового общения на английском языке. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
7.4	Тема 2. Социокультурная языковая компетенция делового общения на английском языке. Некоторые грамматические и лексические особенности делового общения на английском языке. /Ср/	2	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
7.5	Тема 3. Формы обращения (Direct Address) и культура поведения в различных странах мира. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
7.6	Тема 3. Формы обращения (Direct Address) и культура поведения в различных странах мира. /Ср/	2	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
7.7	Тема 4. Личное и деловое письмо. Виды деловых писем. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

7.8	Тема 4. Личное и деловое письмо. Виды деловых писем. /Ср/	2	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
7.9	Тема 5. Техника ведения беседы ? Socializing. Деловой этикет Беседа как форма делового общения. Деловой стиль одежды. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
7.10	Тема 5. Техника ведения беседы ? Socializing. Деловой этикет Беседа как форма делового общения. Деловой стиль одежды. /Ср/	2	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 8. Промежуточная аттестация 1 курс 2 семестр					
8.1	Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий) /КАЭ/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
8.2	Консультации /КАЭ/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 9. Модуль 1. Лингвистический материал					
9.1	Тема 1. Фонетико-орфографический материал: Фонетические стандарты иностранного языка. Сведения о словесном ударении, фразовом ударении, ритмике и интонации иноязычной речи. Основные особенности ассимиляции иноязычных звуков. Фонетическая транскрипция. Основные правила орфографии и пунктуации в иностранном языке. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
9.2	Тема 1. Фонетико-орфографический материал: Фонетические стандарты иностранного языка. Сведения о словесном ударении, фразовом ударении, ритмике и интонации иноязычной речи. Основные особенности ассимиляции иноязычных звуков. Фонетическая транскрипция. Основные правила орфографии и пунктуации в иностранном языке. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
9.3	Тема 2. Грамматический материал: Морфология: Имя существительное. Артикль. Местоимение. Имя прилагательное. Числительное. Наречие. Личные и неличные формы глагола. Модальные глаголы. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
9.4	Тема 2. Грамматический материал: Морфология: Имя существительное. Артикль. Местоимение. Имя прилагательное. Числительное. Наречие. Личные и неличные формы глагола. Модальные глаголы. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

9.5	Тема 3. Синтаксис: Система видовременных форм глагола в активном и пассивном залоге. Простое предложение и его типы. Повелительное и сослагательное наклонения. Синтаксические комплексы с инфинитивом, причастием, герундием. Основные типы сложноподчиненных предложений. Основные правила словообразования и формоизменения. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
9.6	Тема 3. Синтаксис: Система видовременных форм глагола в активном и пассивном залоге. Простое предложение и его типы. Повелительное и сослагательное наклонения. Синтаксические комплексы с инфинитивом, причастием, герундием. Основные типы сложноподчиненных предложений. Основные правила словообразования и формоизменения. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
9.7	Тема 4. Лексический материал: Наиболее распространенные языковые средства выражения коммуникативно-речевых функций. Общеупотребительные речевые единицы. Лексические и фразеологические явления. Безэквивалентная и фоновая лексика. Заимствования. Многокомпонентные слова и выражения. Фразовые глаголы. Фразеологизмы. Лексическая вариативность. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
9.8	Тема 4. Лексический материал: Наиболее распространенные языковые средства выражения коммуникативно-речевых функций. Общеупотребительные речевые единицы. Лексические и фразеологические явления. Безэквивалентная и фоновая лексика. Заимствования. Многокомпонентные слова и выражения. Фразовые глаголы. Фразеологизмы. Лексическая вариативность. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 10. Модуль 2. Социокультурные и профессиональные знания					
10.1	Тема 1. Internet advertising. The changing face of Internet advertising /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
10.2	Тема 1. Internet advertising. The changing face of Internet advertising /Ср/	2	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
10.3	Тема 2. GLOBAL ADVERTISING CAMPAIGNS.GOING GLOBAL: ADS THAT FTAVEL. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

10.4	Тема 2. GLOBAL ADVERTISING CAMPAIGNS.GOING GLOBAL: ADS THAT FTAVEL. /Ср/	2	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
10.5	Тема 3. Alpha Advertising. Advertising and your students. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
10.6	Тема 3. Alpha Advertising. Advertising and your students. /Ср/	2	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
10.7	Тема 4. Discussion: Good and bad advertisements.Advertising media and methods.Successful advertising. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
10.8	Тема 4. Discussion: Good and bad advertisements.Advertising media and methods.Successful advertising. /Ср/	2	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
10.9	Тема 5. Planning advertising campaigns.Language review: Articles.Skills: Starting presentations. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
10.10	Тема 5. Planning advertising campaigns.Language review: Articles.Skills: Starting presentations. /Ср/	2	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 11. Модуль 3. Сферы делового общения					
11.1	Тема 1. Электронное письмо. Memo. Аббревиации. Сообщения. Факсы /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
11.2	Тема 1. Электронное письмо. Memo. Аббревиации. Сообщения. Факсы /Ср/	2	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
11.3	Тема 2. Написание резюме.(CV). Сопроводительное письмо. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
11.4	Тема 2. Написание резюме.(CV). Сопроводительное письмо. /Ср/	2	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
11.5	Тема 3. Устройство на работу. Виды профессий /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

11.6	Тема 3. Устройство на работу. Виды профессий /Ср/	2	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
11.7	Тема 4. Интервью. Формы интервью /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
11.8	Тема 4. Интервью. Формы интервью /Ср/	2	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
11.9	Тема 5. Техника ведения беседы Socializing. Деловая беседа. Беседа в приемной. Организация деловой встречи. (An Appointment) /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
11.10	Тема 5. Техника ведения беседы Socializing. Деловая беседа. Беседа в приемной. Организация деловой встречи. (An Appointment) /Ср/	2	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 12. Промежуточная аттестация 2 курс 3 семестр					
12.1	Контактная работа на аттестации /КАЭ/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 13. Модуль 1. Лингвистический материал					
13.1	Тема 1. Фонетико-орфографический материал: Фонетические стандарты иностранного языка. Сведения о словесном ударении, фразовом ударении, ритмике и интонации иноязычной речи. Основные особенности ассимиляции иноязычных звуков. Фонетическая транскрипция. Основные правила орфографии и пунктуации в иностранном языке. /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
13.2	Тема 1. Фонетико-орфографический материал: Фонетические стандарты иностранного языка. Сведения о словесном ударении, фразовом ударении, ритмике и интонации иноязычной речи. Основные особенности ассимиляции иноязычных звуков. Фонетическая транскрипция. Основные правила орфографии и пунктуации в иностранном языке. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

13.3	Тема 2. Грамматический материал: Морфология: Имя существительное. Артикль. Местоимение. Имя прилагательное. Числительное. Наречие. Личные и неличные формы глагола. Модальные глаголы. /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
13.4	Тема 2. Грамматический материал: Морфология: Имя существительное. Артикль. Местоимение. Имя прилагательное. Числительное. Наречие. Личные и неличные формы глагола. Модальные глаголы. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
13.5	Тема 3. Синтаксис: Система видовременных форм глагола в активном и пассивном залоге. Простое предложение и его типы. Повелительное и сослагательное наклонения. Синтаксические комплексы с инфинитивом, причастием, герундием. Основные типы сложноподчиненных предложений. Основные правила словообразования и формоизменения. /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
13.6	Тема 3. Синтаксис: Система видовременных форм глагола в активном и пассивном залоге. Простое предложение и его типы. Повелительное и сослагательное наклонения. Синтаксические комплексы с инфинитивом, причастием, герундием. Основные типы сложноподчиненных предложений. Основные правила словообразования и формоизменения. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
13.7	Тема 4. Лексический материал: Наиболее распространенные языковые средства выражения коммуникативно-речевых функций. Общеупотребительные речевые единицы. Лексические и фразеологические явления. Безэквивалентная и фоновая лексика. Заимствования. Многокомпонентные слова и выражения. Фразовые глаголы. Фразеологизмы. Лексическая вариативность. /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
13.8	Тема 4. Лексический материал: Наиболее распространенные языковые средства выражения коммуникативно-речевых функций. Общеупотребительные речевые единицы. Лексические и фразеологические явления. Безэквивалентная и фоновая лексика. Заимствования. Многокомпонентные слова и выражения. Фразовые глаголы. Фразеологизмы. Лексическая вариативность. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 14. Модуль 2. Социокультурные и профессиональные знания					

14.1	Тема 1. Advertising to Latino consumers.American dream gets a Latino beat.Are you influenced by TV advertising for the things that you buy? Why / why not?Is it important that TV advertisements are shot in 'authentic' locations? Why / why not? /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
14.2	Тема 1. Advertising to Latino consumers.American dream gets a Latino beat.Are you influenced by TV advertising for the things that you buy? Why / why not?Is it important that TV advertisements are shot in 'authentic' locations? Why / why not? /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
14.3	Тема 2. Should advertising to children be banned. The anti-ad brigade.Is it right that international broadcasting companies can ignore national laws. What can be done to prevent this. /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
14.4	Тема 2. Should advertising to children be banned. The anti-ad brigade.Is it right that international broadcasting companies can ignore national laws. What can be done to prevent this. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
14.5	Тема 3. Advertising media and methods.Successful advertising.What makes Nike`s advertising tick. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
14.6	Тема 3. Advertising media and methods.Successful advertising.What makes Nike`s advertising tick. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
14.7	Тема 4. Focus Advertising .Introducing yourself.Introducing the topic.Giving a plan of your talk.Inviting questions. /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
14.8	Тема 4. Focus Advertising .Introducing yourself.Introducing the topic.Giving a plan of your talk.Inviting questions. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
14.9	Тема 5. Planning and launch stages of an advertising campaign /Пр/	2	0,5	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
14.10	Тема 5. Planning and launch stages of an advertising campaign /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
14.11	Тема 6. The advantages and disadvantages for a company of using celebrity endorsement in its advertising /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
14.12	Тема 6. The advantages and disadvantages for a company of using celebrity endorsement in its advertising /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

	Раздел 15. Модуль 3. Сферы делового общения					
15.1	Тема 1. Беседа по телефону. Назначение и перенос встречи по телефону. Оставление сообщения на автоответчике. /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
15.2	Тема 1. Беседа по телефону. Назначение и перенос встречи по телефону. Оставление сообщения на автоответчике. /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
15.3	Тема 2. Конфликты в деловом общении /Пр/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
15.4	Тема 2. Конфликты в деловом общении /Ср/	2	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
	Раздел 16. Промежуточная аттестация 2 курс 4 семестр					
16.1	Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий) /КАЭ/	2	0,3	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	
16.2	Консультации /КАЭ/	2	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12 Л1.13Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Примерный перечень вопросов к зачету
по дисциплине «Иностранный язык»
1. Чтение и перевод иноязычных текстов профессиональной направленности с целью полного извлечения информации, обобщение прочитанного в виде реферата, резюме, аннотации на русском и изучаемом иностранном языке.
2. Письменная фиксация информации в виде записей, конспектирования, делового письма, а также в виде докладов, рефератов, тезисов и т.п.
3. Лексические темы профессиональной направленности.
4. Грамматика (грамматический строй иностранного языка)
5. Выполнение лексико-грамматического теста.

Примерный перечень вопросов к экзамену
по дисциплине «Иностранный язык»
1. Чтение и перевод иноязычных текстов профессиональной направленности с целью полного извлечения информации, обобщение прочитанного в виде реферата, резюме, аннотации на русском и изучаемом иностранном языке.
2. Письменная фиксация информации в виде записей, конспектирования, делового письма, а также в виде докладов, рефератов, тезисов и т.п.
3. Лексические темы профессиональной направленности.
4. Грамматика (грамматический строй иностранного языка)
5. Выполнение лексико-грамматического теста.

Тестовые задания

Задание. Заполните пропуски одним из четырех слов или выражений, приведенных после каждого предложения. Напишите свой ответ на листе для ответов.

Study guide

Tenses

1.1 Each July we ……. to Turkey for a holiday.
A are going B go C went D were going

1.2 The growing number of visitors ……. the footpaths.
A is damaging B damages C are damaging D was damaging

1.3 Jane ……. just a few minutes ago.
A left B has left C leaves D had left

1.4 Timson ……. 13 films and I think her latest is the best.
A made B had made C has made D was making

1.5 ……. Robert lately?
A Did you see B Have you seen C Do you see D Are you seeing

1.6 When I was a child ……. the violin.
A I was playing B I'm playing C I play D I played

1.7 ……. until midnight last night.
A I have been reading B I read C I was reading D I have read

1.8 He ……. for the national team in 65 matches so far.
A has played B has been playing C played D is playing

1.9 Sorry we're late, we ……. the wrong turning.
A had taken B were taking C took D are taking

1.10 She ……. from flu when she was interviewed.
A was suffering B had been suffering C had suffered D suffered

The future

2.1 If you look carefully, you ……. find writing scratched on the glass.
A can B are going to C shall D will

2.2 I think it ……. soon.
A is going to rain B rains C will rain D is raining

2.3 Wait here until I ……. you.
A will call B am calling C am going to call D call

2.4 I won't be able to meet you next week, I ……. in London for a few days.
A will be staying B will stay C stay D am staying

2.5 Next month I ……. Derek for 20 years.
A know B will have known C am knowing D will have been knowing

2.6 I ……. with the performance, but I got flu the day before.
A was to have helped B helped C was to help D had helped

Modals

3.1 You ……. mad if you think I'm going to lend you any more money.
A should be B are supposed to be C must be D ought to be

3.2 I ……. happy to see him, but I didn't have time.
A will have been B would be C will be D would have been

3.3 We ……. Switzerland four times during the 1970s.
A used to visit B would visit C visited D will visit

3.4 'Why isn't Tim here yet?' 'It ……. be because his mother is ill again.'
A may B can C might D could

3.5 If I hadn't come along at that moment, Jim ……. the one arrested instead of the real thief.
A might have been B may have been C can have been D could have been

3.6 Jenny ……. leave the hospital only six hours after the baby was born.
A was able to B could C can D is able to

3.7 The car broke down and we ……. a taxi.
A must have got B had got to get C had to get D must get

3.8 You ……. whisper. Nobody can hear us.
A needn't B don't have to C mustn't D need to

3.9 Although he didn't have a ticket, Ken ……. come in.
A could B can C might D was allowed to

Be, have, do, make, etc.
4.1 The traffic lights ……. green and I pulled away.
A became B turned C got D went

4.2 I could ……. much more for the painting if I'd sold it overseas.
A have got B get C have D has got
4.3 We ……. into the state of the Swedish car industry.
A did some researches B made some research C made research D did some research

Passives
5.1 ……. during the storm.
A They were collapsed the fence B The fence was collapsed
C They collapsed the fence D The fence collapsed

5.2 The new computer system ……. next month.
A is being installed by people B is be installed C is being installed
D is been installed

5.3 The children ……. to the zoo.
A were enjoyed taken B enjoyed being taken C were enjoyed taking
D enjoyed taking

5.4 ……. chair the meeting.
A John was decided to B There was decided that John should
C It was decided that John should D John had been decided to

Questions
6.1 Who ……. was coming to see me this morning?
A you said B did you say C did you say that D you did say

6.2 Why ……. return the money?
A did you not B you did not C you didn't D didn't you

6.3 ……. want to do this weekend?
A What you B Which do you C What do you D What you do

Verbs: infinitives, -ing forms, etc.
7.1 I always associate …….
A red wine B red wine by France C French red wine D red wine with France

7.2 She noticed ……. away from the house.
A him to run B him run C him running D him ran

7.3 I'd advise ……. more exercise.
A to take B you to take C you taking D taking

7.4 I remembered ……. the race.
A the horse's winning B the horse to win C the horse winning D the horse's to win

7.5 She reminded ……. the papers.
A me where to leave B me where I had to leave
C where I had to leave D where to leave

7.6 We needed …….
A the house to be redecorated B the house redecorating

C the house to be redecorating D the house redecorated
7.7 The suspect confessed …….
A his crime B the police his crime C his crime to the police D his crime the police

Reporting
8.1 'I suppose you've heard the latest …….
A news,' said she B news.' she said C news', she said D news,' she said

8.2 I notified ……. I had changed my address.
A with the bank that B the bank that C that D to the bank that

8.3 She reassured me that she ……. the card.
A had posted B has posted C posted D posts

8.4 She ……. her holiday in Finland.
A said me about B told about C said about D told me about

8.5 She encouraged ……. the job.
A to take the job B that Frank should take C Frank to take D to Frank to take

8.6 They directed that the building …….
A be pulled down B to be pulled down C should be pulled down
D is to be pulled down

8.7 He asked me where he ……. put the box.
A shall B ought to C will D should
Nouns and compounds
9.1 The ……. faulty.
A equipments are B equipment was C equipments were D equipment were

9.2 Many leading members of the opposition party ……. to justify the decision.
A have tried B has tried C have been trying D tries

9.3 …….thinks that Judith should be given the job.
A Neither of us B The majority of my colleagues
C Practically everyone D A number of people

9.4 We had ……. holiday in Spain.
A a two week's B two weeks' C two-week D a two-week

9.5 The company owns ……. in the city centre.
A a cars park B several car parks C a car park D several cars parks

9.6 The government has introduced …….
A a children's clothes tax B a tax on children clothes
C a children clothes tax D a tax on children's clothes

Articles
10.1 I'll be with you in …….
A one quarter of an hour B a quarter of an hour C a quarter of one hour
D a quarter of hour

10.2 Against her parents' wishes, she wants to be …….
A the journalist B journalist C a journalist D journalists

10.3 This tastes lovely. What's in …….?
A a sauce B the sauce C sauces D sauce

10.4 ……. arrived for you this morning.
A Furniture B A furniture C Some furniture D Some furnitures

10.5 ……. the most popular form of fiction writing.
A The novel is B Novel is C The novels are D Novels are

10.6 Frank works as …….
A a security guard at a university B a security guard at university
C a security guard at the university D security guard at a university

10.7 What have we got …….?
A for the dinner B for a dinner C for dinner D to dinner

Determiners and quantifiers
11.1 Did you buy ……. when you went shopping?
A any tomato B any water C any tomatoes D some water

11.2 …….my friends knew I was getting married.
A Not much of B Not many of C Not much D Not many
11.3 ……. hard work had been of no use.
A All their B Their all of C All of their D Their all

11.4 Following the flood, ……. in the area ……. major repair work.
A each of building...needs B every building...need
C each buildings...need D every building...needs

11.5 ……. the children awake.
A None of...was B Not any of...were C No children....was D None of...were

11.6 We should use ……. time we have available to discuss Jon's proposal.
A the little of B the little C the few D little

11.7 I've given ……. to Bob.
A all them B all of them C them all D them all of
Relative clauses and other types of clause
12.1 She's one of the kindest people …….
A that I know B I know C who I know D which I know

12.2 One of the people arrested was Mary Arundel, ……. a member of the local council.
A is B that is C whom is D who is

12.3 The newspaper is owned by the Mearson Group, ……. is Sir James Bex.
A which chairman B whose chairman C who chairman D chairman

12.4 She is one of the few people …….
A who I look up to B to whom I look up C I look up to D to who I look up

12.5 There are a number of people ……. be asked.
A should B that should C whom should D who should

12.6 ……. at the party, we saw Ruth standing alone.
A Arrived B We arrived C Arriving D We were arriving

Pronouns, substitution and leaving out words
13.1 The scheme allows students from many countries to communicate …….
A each other B with each other C themselves D with one another

13.2 'We need new curtains.' 'Okay, let's buy …….'
A ones with flowers on B ones C one D some

13.3 'I don't suppose there'll be any seats left.' 'No, I …….'
A don't suppose B suppose C don't suppose so D suppose not

13.4 They needed someone who was both an excellent administrator and manager was ……. not easy to find.
A Such a person B A such person C Such D Such person

13.5 'They could have been delayed by the snow.' 'Yes, they …….'
A could have B could C could been D could have been

13.6 The report is very critical and is clearly …….
A intended to be B intended to C intended D intend to be

Adjectives
14.1 The party was excellent, and I'd like to thank all the …….
A concerned people B responsible people C people responsible
D people concerned

14.2 Our teacher gave us ……. problem to solve.

A a very impossible B a completely impossible
C an absolutely impossible D an extremely impossible

14.3 I asked Francis to clean the car, and he did …….
A a well job B the job good C a good job D the job well

14.4 My watch was among the …….
A things taken B taken things C things stolen D stolen things

14.5 She felt good ……. the prize.
A about win B with winning C to win D about winning

14.6 He was busy ……. his homework.
A doing B to do C that he was doing D he was doing

14.7 We are not in ……. financial position to cut taxes.
A an enough strong B a strong enough C sufficiently strong enough
D a sufficiently strong

14.8 She was ……. as anyone could have had.
A as patient teacher B a patient a teacher C as patient as teacher
D as patient a teacher

Adverbs and conjunctions
15.1 I ……. her birthday and I ……. how to make it up to her.
A completely forgot...don't just know
B forgot completely...don't just know
C completely forgot...just don't know
D forgot completely...just don't know

15.2 I ……. at six o'clock, but ……. to be up by five.
A normally get up...I have sometimes
B normally get up...sometimes I have
C get normally up...sometimes I have
D get normally up...I sometimes have

15.3 It's ……. disappointing.
A very much B very C much D much very

15.4 ……. brought some food.
A My mother has only B My mother only has
C My only mother has D Only my mother has

15.5 I'll look after the children while you ……. dinner.
A will make B are making C will be making D make

15.6 I still feel very tired ……. in the morning.
A when I wake up B as I wake up C when I will wake up D while I wake up

15.7 We were delayed ……. an accident.
A because B because of there was C because there was D because of

15.8 I carried the knife carefully ……. cut myself.
A so as not to B so not to C not to D in order not to

15.9 ……. , they slept soundly.
A Hot though was the night air B Hot though the night air was
C Hot as the night air was D Hot although the night air was

15.10 If I ……. a more reliable car, I ……. to Spain rather than fly.
A would have...would drive B had...had driven
C had...would drive D would have had...would drive

15.11 If he ……. a chance of success, he ……. to move to London.
A will have...would need B will have...will need
C were to have...will need D were to have...would need

15.12 They couldn't decide ……. it was worth re-sitting the exam.

A if B whether or not C whether D if or not

15.13 John was the first person I saw ……. hospital.
A by leaving B on leaving C in leaving D on to leave

15.14 Much of the power of the trade unions has been lost ……., their political influence should not be underestimated.
A Even so B Although C Even D Even though

Prepositions
16.1 She lives ……. Perth. She owns a house ……. the Swan River.
A at...on B at...in C in...at D in...on

16.2 He suddenly saw Sue ……. the room. He pushed his way ……. the crowd of people to get to her.
A across...through B over...through C across...across
D over...along

16.3 I first met Steve on a beach ……. Adelaide. I later found out that he had been a carpenter and a dustman, other things.
A by...among B near...between C by...between D near among

16.4 'It's Ann's birthday some time ……. the middle of May, I think.' 'Yes, it's her birthday the 21st.'
A at...on B in...on C in...at D at...in

16.5 About ten of us were taken ill ……. a party we were at in York. I felt ill ……. a couple of days, but was fine after that.
A for...during B for...for C during...during D during...for

16.6 ……. cricket, I enjoy watching football and basketball.
A Apart from B Except C Except for D Besides

16.7 I told him that he couldn't hope to catch a big fish ……. a small rod like that, but he insisted ……. trying.
A with...on B by...about C with...about D by...on

16.8 'What do you think ……. my car? I've just bought it.' 'It's really good.
Actually, I'm thinking ……. my motorbike and getting a car, too.'
A about...to sell B about...about selling C of...to sell D of...of selling

16.9 'When did you last hear ……. Don?' 'He phoned me just this morning.
He's coming to Bristol next week, so we agreed ……. a time and place to meet.'
A from...on B about...on C from...with D of...to

16.10 'John has looked tired recently, and I've started to wonder ……. his health.' 'You're right. And he doesn't seem to care ……. the effect smoking has on him.'
A at...for B about...for C about...about D at...about

16.11 She tried to …….
A talk me the plan out of B talk out of me the plan
C talk me out of the plan D talk out me of the plan

Organizing information
17.1 …….' people trying to get into the football stadium.
A There were too much B There were too many
C It was too many D There was too many

17.2 ……. to celebrate his 75th birthday.
A It was decided B It was accepted C It was determined D It was agreed

17.3 I ……. you can swim so well and I can't.
A hate B hate it that C hate that D hate it

17.4 Dave lost his job and was short of money, so ……. his flat and move in with his brother.
A that he did was to sell B what he did was to sell
C what he did sold D what he did was sell

17.5 ……. resigned, we would have been forced to sack him.
A Had he not B Hadn't he C He had not D He not had

17.6 ……. that Marie was able to retire at the age of 50.
A So successful her business was B So successful was her business
C Her business was so successful D So was he

Основы перевода: адекватность, переводческие трансформации; контекстуальные замены; многозначность лексики.

Выполните письменный перевод текста с иностранного языка на русский язык

Read the following text which explains how job advertisements differ in three European countries.
Текст №1 Job Ads: Reading between the Lines
Checking out job advertisements is popular with executives worldwide. But though the activity is universal, is the same true of the advertisements? Are executive positions in different countries advertised in the same way? A comparison of the jobs pages of The Times of London. Le Monde of Paris and Germany's Frankfurter Allgemeine Zeitung suggests not.
First, what UK job seekers consider an essential piece of information- what the post pays- is absent from French and German adverts. It is often left to applicants to raise these themselves. In contrast most British advertisements mention not only salary, but also other material incentives including a car and fringe benefits. French or German advertisements rarely refer to these.
The attention given to rewards in the UK indicates the importance of the job and its responsibility. In France and Germany that information is given by the level of experience and qualifications demanded. Salary can be assumed to correspond with this.
If French or German adverts are vague about material rewards, they are precise about qualifications. They usually demand a degree in ..., not simply a degree. In Germany, for example, a technical director for a machine cool company will be expected to have a Dipl-Ing degree in Mechanical Engineering.
French advertisements go further. They may specify not just the type of grande ecole degree, but sometimes a particular set of institutions (Formation superieure X, Centrale, Mines, HEC, ESSEC), these being the most famous grandes ecoles.
All this contrasts with the vague call for «graduates» (or «graduate preferred») which is found in the UK. British companies often give the impression that they have a particular type of applicant in mind, but are not sure about the supply and will consider others. Their wording suggests hope and uncertainty, as in this advertisement from The Times: «Whilst education standards are obviously important a large measure of personal oomph* is likely to secure the success of your application».
In the UK qualification beyond degree level make employers nervous, but in France or Germany it is difficult to be «overqualified». Many people on German executive boards have doctorates and the French regard five or six years of intensive post-baccalaureat study at a grand ecole as ideal training. British managers are not selected primarily for their intelligence, as managers are in France, or for their expert knowledge, as in Germany, Instead, the British give importance to social, political and leadership skills.
This difference also shows in the personal qualities mentioned. British advertisements stress energy, ability to communicate and motivate. German advertisements like achievement, but it tends to be less personality-driven. German companies want candidates with sound knowledge, experience and competence in their field. They rarely recruit novices as do British employers. French advertisements refer more to intellectual qualities like analytical aptitude and independence.
Even the tone of the job advertisements is different in the three countries. By French and German standards, British advertisements are very racy**. They attract young executives with challenges such as: «Are you reaching your potential? », whereas French and German advertisements are boringly direct, aiming to give information about the job rather than to sell it.
All these points are to three different conceptions of management. The French regard it as intellectually complex, the Germans as technically complex, and the British as interpersonally complex. But they agree on one thing: it is complex.
Jean-Louis Barsoux
*oomph=enthusiasm
**racy=bold, exciting

Текст №2 New Kids on the Business Block: Thatcher's Enterprise Babes are Taking the Tycoon's World by Storm
Dylan Wilk runs his own multimillion-pound business and could afford to retire. He draws a six-figure salary and drives a bright yellow BMW M3. Holidays are spent in California or skiing in Austria.
But Wilk is only 23 years old. He set up his company, Gameplay, at the age of 20 and in just three years it has become Britain's second-largest mail-order supplier of computer games with 35 staff and a turnover of £7.5 million in 1997, set to double this year. He is one of Thatcher's babes – the children born or brought up since 1979 when she swept to power and started the enterprise revolution.
Now as 'young adults' they are taking the business world by storm. One in eight of all startup businesses is founded by an entrepreneur aged 16 to 24 and there is a growing band of teenage and twenty – something tycoons. They include 14-year old Tom Hartley, who recently hit the headlines after becoming Britain's youngest self-made millionaire by selling Porsches.
Andrew Collins, 21, started Firemagic Fireworks, at the age of 19. He is turning over £100,000 a year and has just taken on a new partner, his former chemistry teacher, Pete Taschimowitz, who encouraged his interest in pyrotechnics.
Collins loves his work but admits success has come at a price. 'Starting a business at that age is not easy. I have to work seven days a week and my social life is out of the window. My girlfriend doesn't even like fireworks'.
Several organisations have been set up to help young entrepreneurs; including the Prince's Youth Business Trust, a charity that offers loans and advice, and oil company Shell's Live WIRE scheme, which provides free guidance. But young hopefuls face greater barriers than their mature counterparts and run high risk of failure.
In spite of some undeniable success stories, two-thirds of startups by under 25s end in failure within four years, a far higher rate than for older people. Eighties' entrepreneur Alan Sugar, who set up his first business at 19, believes starting too young can be damaging. Sugar says: 'I would not want to see many entrepreneurs straight out of school. They need to have some experience of work and real life.' Many also face a daunting hurdle trying to raise finance, since banks are often unwilling to lend to someone without a financial record. Gulam Kadir, 21, had to overcome his bank manager's opposition to found the Ruhani Moslem Funeral Service at the age of 19. It now has a turnover of nearly £100,000. Kadir says: 'I was turned down for a loan because they said I was too young for the funeral business. People do not expect a young person in this area. I knew it wouldn't be easy, but I was

determined.'
Youngsters may also experience prejudice from customers and suppliers who see them as naïve and inexperienced. Victoria Goodwin, 22, set up her own decorative finishes business based in Sheffield when she was 20, and has recently worked on the set of a TV soap opera. She says: 'Being young can be a drawback, but it can also be an advantage because some customers believe you don't have preconceived ideas and will do what they want.'
Richard Street, chief executive of the Prince's Youth Business Trust, believes future generations must learn the lessons of Thatcher's children or risk losing out in the employment market. He says: 'Business education would certainly benefit young people: not all will become entrepreneurs, but they need to be prepared because they will have flexible careers with periods in jobs and periods of self-employment.'
Mail on Sunday

ТЕКСТ №3 ADVERTISING

It is impossible to imagine our television, newspapers, radio, Internet and even streets without advertisements. Nowadays advertising plays an important role in modern life and in the life of every person. We can't imagine our life without advertising because every day we hear or see advertising, we try to find information we need in hundreds of advertisements. Even when we go for a walk or just shopping we see a lot of different advertisements in the streets.

Advertising serves to notify in various ways the new goods or services and their consumer properties, and is directed to the potential consumer, paid by the sponsor and serves for promotion of its production and ideas. Advertising is a part of communication activity of a firm, alongside with publicity and stimulation of selling. Advertising unessentially imposes the goods on the buyer. Sometimes it simply forces to recollect the last concrete mark or the name of the goods or service when the customer makes the choice.

There are a lot of definitions of the word "advertising". For example, advertising is collective term for public announcements designed to promote the sale of specific commodities or services. Advertising is a form of mass selling, employed when the use of direct, person-to-person selling is impractical, impossible, or simply inefficient. It is to be distinguished from other activities intended to persuade the public, such as propaganda, publicity, and public relations.

Modern advertising is an integral segment of urban industrial civilization, reflecting contemporary life in its best and worst aspects.

The basic underlying advertising idea is the idea of human needs. Need is the feeling of shortage of something experienced by the person.
The second initial idea of advertising is the idea of human requirements. Requirement is the need which has accepted the specific form according to a cultural level and the personal features of the individual. Requirements of people are practically boundless, but resources for their satisfaction are limited. So the person will choose those goods which will give him or her the greatest satisfaction within the framework of his or her financial opportunities.

The structure of advertising contains the following five basic moments:
- The first one, it possesses the ability to draw attention.
- The second one, the force of influence of advertising on the emotions of consumers.
- The third one, how strong is the force of influence.
- The fourth one is its informative value.
- And the last, the fifth one, we should know for sure whether the person will want to read the message or to see an advertising roller up to the end. We must know how effectively advertising gains attention of the people.

Organizations that frequently spend large sums of money on advertising that sells what is not, strictly speaking, a product or service include political parties, interest groups, religious organizations, and military recruiters. Non-profit organizations are not typical advertising clients, and may rely on free modes of persuasion, such as public service announcements.
While advertising can be seen as necessary for economic growth, it is not without social costs.
Advertising is an essential part of business. Ads are necessary either for the manufacturer or for the buyer.

Civilization has made a great step in the development of advertising. It has turned into a powerful global network from primitive cries. I think that we can also name our present day era "the era of advertising", because everything is advertised and everything can be found in adverts.

5.2. Темы письменных работ

Тестовые задания по дисциплине «Иностранный язык»

1. Advertising and publicity
a) Связи с общественностью
b) Средства информации
c) Реклама и пропаганда
2. Public relations
a) Потенциальный покупатель
b) Связи с общественностью
c) Серийное производство
3. Promotion
a) Содействие в продаже какого-либо товара
b) Вывеска
c) Спрос
4. Media

a) Расходы
b) Рекомендация
c) Средства информации
5. Sign
a) Вывеска
b) Потенциальный покупатель
c) Особенность, деталь, признак, свойство
6. Brochure
a) Недостаток, убыток, ущерб
b) Брошюра, буклет, проспект
c) Объявление, реклама
7. Commercial
a) Короткая звуковая реклама или видео реклама на радио или телевидении
b) Фургон или грузовик с оркестром
c) Сделанный по заказу
8. Direct mail
a) Объявления, сверстанные по тематике, классифицированные объявления
b) Метод маркетинга, при котором компании рассылают образцы своей продукции потенциальным заказчикам
c) Журнал для массового потребителя
9. Demand
a) Купон
b) Досуг, свободное время
c) Спрос
10. Lead
a) Потенциальный покупатель
b) Форма выражения, формулировка
c) Надежность
11. Feature
a) Рекламная афиша
b) Особенность, деталь, признак, свойство
c) Информационный бюллетень
12. Sales campaign
a) Меры по организации и стимулированию сбыта
b) Кампания по организации и стимулированию сбыта
c) Стимулирование сбыта
13. To benefit
a) Передавать (чувства и т.п.)
b) Помогать, приносить пользу
c) Опубликовать рекламное объявление
14. Large-scale production
a) Серийное производство
b) Прямая почтовая реклама
c) Газетный киоск
15. Mass market
a) Отраслевой журнал
b) Связь с общественностью
c) Рынок товаров массового производства
16. Consumer demand
a) Журнал для массового потребителя
b) Спрос населения, потребительский спрос
c) Уличная реклама
17. Spending
a) Расходы, траты
b) Доброжелательность; репутация фирмы, престиж фирмы
c) Рекламный щит
18. Slogans
a) Рекламная афиша
b) вывеска
c) Слоган (лозунг, призыв)
19. Rational appeal
a) Доска объявлений
b) Призыв к разуму
c) Список адресатов
20. Emotional appeal
a) Эмоциональный призыв
b) Сила убеждения
c) Средство рекламы
21. Marketing efforts

a) Меры по организации и стимулированию сбыта
b) Опубликовать рекламное объявление
c) Список адресатов
22. Sale promotion
a) Спрос населения, потребительский спрос
b) Стимулирование сбыта
c) Торговля через Интернет
23. Ad (сокр. от advertisement)
a) Объявление, реклама
b) Досуг, свободное время
c) Свободный доступ, открытый доступ
24. To place (publish, run) an advertisement
a) Реклама и пропаганда
b) Уличная реклама
c) Опубликовать рекламное объявление
25. Wording
a) Форма выражения, формулировка
b) Вывеска
c) Рекомендация
26. Audience
a) Список адресатов
b) Радиослушатели, телезрители
c) Средства от болезни, медикамент, лекарство
27. Newsletter
a) Информационный бюллетень
b) Газетный киоск
c) Серийное производство
28. Bulletin board
a) Вывеска
b) Доска объявлений
c) Рекламный щит
29. Poster
a) Рекламная афиша
b) Расходы, траты
c) Недостаток, убыток, ущерб
30. Customized
a) Сделанный по заказу
b) Содействие в продаже какого-л. товара
c) Рынок товаров массового производства
31. Mailing list
a) Метод маркетинга, при котором компании рассылают образцы своей продукции потенциальным заказчикам
b) Список адресатов
c) Спрос населения, потребительский спрос
32. Television network
a) Телевизионная сеть
b) Короткая звуковая реклама или видеореклама на радио или телевидении
c) Рекламная афиша
33. On-line store
a) Торговля через интернет
b) Интернет-магазин
c) Объявление, реклама
34. E-commerce
a) Болеутоляющие средства
b) Эмоциональный призыв
c) Торговля через Интернет
35. Advertising medium
a) Объявление, реклама
b) Средство рекламы
c) Безалкогольный напиток
36. News-stand
a) Информационный бюллетень
b) Реклама и пропаганда
c) Газетный киоск
37. Coupon
a) Купон
b) Вывеска
c) Особенность, деталь, признак, свойство
38. Trade magazine

a) Интернет-магазин
b) Стимулирование сбыта
c) Отраслевой журнал
39. Consumer magazine
a) Связь с общественностью
b) Журнал для массового потребителя
c) Рынок товаров массового производства
40. Persuasive power
a) Призыв к разуму
b) Эмоциональный призыв
c) Сила убеждения
41. Direct-mail advertising
a) Метод маркетинга, при котором компании рассылают образцы своей продукции потенциальным заказчикам
b) Прямая почтовая реклама
c) Торговля через Интернет
42. Outdoor advertising
a) Свободный доступ, открытый доступ
b) Фургон или грузовик с оркестром
c) Уличная реклама
43. Billboard
a) Рекламная афиша
b) Рекламный щит
c) Информационный бюллетень
44. To appeal
a) Обращаться
b) Уговаривать, склонять, убеждать
c) Помогать, приносить пользу
45. Advertising as a career
a) Реклама как карьера
b) Рекламная в маркетинге
c) Реклама как творческий процесс
46. To earn money
a) Тратить деньги
b) Зарабатывать деньги
c) Зарплата
47. Salary
a) Тратить деньги
b) Интернет-магазин
c) Зарплата
48. To be employed
a) Быть трудоустроенным
b) Навыки
c) Аудитория
49. Highly- paid job
a) Высокооплачиваемая работа
b) Руководитель
c) Опыт
50. Skills
a) Навыки
b) Опыт
c) Способности
51. Abilities
a) Навыки
b) Способности
c) Руководитель
52. Experience
a) Опыт
b) Руководитель
c) Подчиненный
53. Executive
a) Руководитель
b) Подчинённый
c) Опыт
54. Career promotion
a) Продвижение в карьере
b) Карьера как творческий процесс
c) Карьерное преимущество
55. To earn reputation

a) Зарабатывать репутацию
b) Зарабатывать деньги
c) Карьерная лестница
56. Career ladder
a) Карьерная лестница
b) Навыки
c) Опыт
57. Employee
a) Служащий
b) Начальник
c) Тактика
58. A promotion tactic
a) Тактика продвижения товара
b) Сюжетная линия
c) Бартерные системы
59. Placement fees
a) Плата за размещение
b) Безалкогольный напиток
c) Реклама
60. Barter systems
a) Бартерная система
b) Бартерные системы
c) Сервисное предложение
61. Service deals
a) Сервисные предложения
b) Движущая сила
c) Тактика продвижения
62. Driving force
a) Гибкость
b) Движущая сила
c) Товары и услуги
63. Naming
a) Наименование
b) Ценообразование
c) Упаковка
64. Pricing
a) Упаковка
b) Ценообразование
c) Общество
65. Consumer society
a) Упаковка
b) Общество потребителей
c) Гибкость
66. Flexibility
a) Гибкость
b) Национальное событие
c) Наружная реклама
67. Business firms
a) Коммерческие фирмы
b) Наружная реклама
c) Сила убеждения
68. Supply
a) Спрос
b) Предложение
c) Аудитория
69. Target audience
a) Сила убеждения
b) Брошюра
c) Целевая аудитория
70. Competitor
a) Конкурент
b) Аудитория
c) Новости
71. To compete with
a) Конкурировать
b) Цены
c) Рекламные объявления
72. Testimonal

a) Рекомендация
b) Гибкость
c) Местные новости
73. Local news
a) Местные новости
b) Национальное событие
c) Брошюра
74. National events
a) Национальные события
b) Рекомендация
c) Национальные новости
75. National news
a) Национальные новости
b) Рекомендации
c) Рекламные объявления
76. Advertising industry
a) Рекламная индустрия
b) Рекламные объявления
c) Рекламные сообщения
77. Advertising functions
a) Функции рекламы
b) Потенциальный покупатель
c) Спрос
78. Potential buyer
a) Потенциальный покупатель
b) Предложение
c) Спрос
79. Advertised products
a) Рекламируемые товары
b) Брошюра
c) Аудитория
80. Advertising message
a) Рекламное сообщение
b) Цены
c) Конкуренты
81. Prime time
a) Лучшее время для рекламы
b) Спрос
c) Рекомендация
82. A way of advertising
a) Способ рекламы
b) Рекламное сообщение
c) Тираж
83. Eye-catching
a) Что-то бросающееся в глаза
b) Рекомендации
c) Тираж
84. Circulation
a) Тираж
b) Объявление
c) Широкая аудитория
85. Wide audience
a) Широкая аудитория
b) Эмоциональный призыв
c) Опыт
86. Goods // products
a) Услуги
b) Товары
c) Аудитория
87. Services
a) Услуги
b) Продукты
c) Деньги
88. Extra trade
a) Дополнительная торговля
b) Местные новости
c) Рекламодатель
89. Advertiser

a) Реклама
b) Рекламодатель
c) Рекламировать
90. To make successful career
a) Делать успешную карьеру
b) Лучший способ рекламы
c) Тактика продвижения товаров
91. Means of promoting
a) Способ продвижения
b) Конкурент
c) Реклама
92. The choice of media
a) Выбор СМИ
b) Выбор конкурентов
c) Способ продвижения
93. Advertising activities
a) Рекламные мероприятия
b) Создавать образ
c) Встроенная реклама
94. Advertising budget
a) Размещение рекламы
b) Рекламный бюджет
c) Рекламная стратегия
95. Advertising strategy
a) Рекламная стратегия
b) Рекламная компания
c) Рекламный бюджет
96. Advertising sponsor
a) Спонсор рекламы
b) Рекламная тактика
c) Доходы
97. Product placement
a) Размещение рекламы
b) Создавать образ
c) Встроенная реклама
98. Revenue
a) Доходы
b) Расходы
c) Репутация
99. Embedded advertisement
a) Встроенная реклама
b) Поисковая система
c) Список адресатов
100. Subordinate
a) Вознаграждение
b) Подчинённый
c) Коллега
101. Jumping off point
a) Влиять на кого-либо
b) Отправная точка
c) Осведомлённость
102. Remuneration
a) Партнёр
b) Вознаграждение
c) Коллега
103. Collegue
a) Начальник
b) Коллега
c) Товар
104. Partner
a) Партнёр
b) Подчинённый
c) Начальник
105. Advertising frequency
a) Музыкальное оформление
b) Частотность рекламы
c) Брэнд
106. Awareness

a) Осведомлённость
b) Создать образ
c) Оценить
107. Brand
a) Брэнд
b) Коллега
c) Подчинённый
108. Knot
a) Затруднение
b) Удовольствие
c) Разногласие
109. Lay out
a) Планировать
b) Подчинять
c) Окупаемый товар
110. Lead time
a) Уведомлять
b) Подготовительный период
c) Увеличивать
a) Освобождать
111. Call attention to smth.
a) Привлечь внимание к чему-либо
b) Реклама как карьера
c) Реклама в коммерческой сфере
112. To make creative advertisement
a) Прогноз погоды
b) Создавать креативную рекламу
c) Творческая реклама
113. Channels of communication
a) Цена за клик
b) Каналы связи
c) Потребитель
114. Consumer
a) Потребитель
b) Редактирование
c) Цена за продажу
115. Cost per click
a) Цена за продажу
b) Цена за клик
c) Редактирование
116. Cost per sale
a) Освещать событие
b) Цена за продажу
c) Цена за клик
117. Expert in the field of advertising
a) Обвинять кого-либо
b) Эксперт в области рекламы
c) Общее число показов
118. Goal
a) Продвижение
b) Цель
c) Карьера
119. Cost-effective
a) Раздающий
b) Рентабельный
c) Продающий
120. Deal with
a) Доверие
b) Навыки
c) Иметь дело с …
121. Decline
a) Отклонение
b) Охват
c) Оценка
122. Evaluate
a) Необходимость
b) Оценить
c) Способности

123.	Income
a)	Результат
b)	Доход
c)	Решение
124.	Market share
a)	Избыток
b)	Доля на рынке
c)	Убеждение
125.	Media clutter
a)	Иметь дело с…
b)	Рекламная теснота
c)	Отклонить
126.	On the scale
a)	В масштабе
b)	Очерк
c)	Убеждать
127.	Persuade
a)	Уведомлять
b)	Убеждать
c)	Необходимость
128.	Profit
a)	Черта
b)	Прибыль
c)	Сфера
129.	Advertising agency
a)	Рекламный щит
b)	Рекламная стратегия
c)	Рекламное агентство
130.	Private notices
a)	Руководитель
b)	Частные объявления
c)	Рекламное место
131.	A trade sign
a)	Мыльная опера
b)	Торговый знак
c)	Милая вывеска
132.	Mass media
a)	СМИ
b)	Средство информации
c)	Связь с общественностью
133.	Headline
a)	Вывеска
b)	Плакат
c)	Заголовок
134.	A market place
a)	Конкурент
b)	Рынок
c)	Тираж
135.	Advertising
a)	Рекламодатель
b)	Рекламирование
c)	Реклама
136.	Advertising space
a)	Метод маркетинга
b)	Рекламное место
c)	Способ рекламы
137.	To be promoted
a)	Быть продвинутым
b)	Быть толерантным
c)	Быть креативным
138.	Publicity department
a)	Рекламная афиша
b)	Рекламный отдел
c)	Реклама как вид деятельности
139.	Advertising media
a)	Внутренняя реклама
b)	Привычное дело
c)	Рекламные СМИ

140.	To create an image
a)	Создавать образ
b)	Описывать образ
c)	Разработка
141.	Means of promotion goods and services
a)	Продвигать товар
b)	Способ продвижения товаров
c)	Стимулировать потребительский спрос
142.	Long-term investments in advertising
a)	Долгосрочные вложения в рекламу
b)	Журнал для массового потребления
c)	Пакет программного обеспечения
143.	The choice of media for advertising
a)	Рынок товаров массового производства
b)	Меры по организации и стимулированию сбыта
c)	Выбор СМИ для рекламы
144.	Competitiveness
a)	Конкурентоспособность
b)	Ценообразование
c)	Киоск
145.	Advertising placement
a)	Карьерные пути
b)	Размещение рекламы
c)	Гибкость
146.	A leading character
a)	Коллеги
b)	Отправная точка
c)	Лидирующий персонаж
147.	Below the line savings
a)	Низкие цены
b)	Плата за размещения
c)	Бартерные системы
148.	Packaging
a)	Ценообразование
b)	Упаковка
c)	Наименование
149.	To stimulate consumer demand
a)	Поисковая машина в Интернете
b)	Стимулировать потребительский спрос
c)	Потребительский спрос
150.	Revenue stream
a)	Движущая сила
b)	Поток доходов
c)	Доход от рекламы
151.	Succeed in advertising
a)	Зарабатывать репутация
b)	Добиваться успеха в рекламе
c)	Получать вознаграждение
152.	Career paths
a)	Руководить кем-то
b)	Карьерные пути
c)	Креативная концепция
153.	Have a brilliant reputation
a)	Отправная точка
b)	Иметь блестящую репутацию
c)	Зарабатывать репутацию
154.	Media buyers
a)	СМИ
b)	Покупатели СМИ
c)	Реклама и СМИ
155.	Advertising job
a)	Служащий
b)	Работа в рекламе
c)	Размещение рекламы
156.	Advertising research
a)	Отраслевой журнал
b)	Детализировать
c)	Исследование в области рекламы

157. Consumer psychology
a) Потребительский спрос
b) Психология потребителя
c) Вводить в заблуждение
158. Get an education in advertising
a) Платный рекламный ролик
b) Меры по организации и стимулированию сбыта
c) Получить образование в сфере рекламы
159. Buy advertising space or time in the media
a) Материалы для демонстрации
b) Специалисты по печатной продукции
c) Покупать рекламное место или время в СМИ
160. Shopping areas
a) Площадки для покупок
b) Обслуживание сделки
c) Покупать рекламу
161. Full-time job
a) Создавать образ
b) Работа с поной занятостью
c) Работать в сфере рекламы
162. To get a salary
a) Получать зарплату
b) Тратить деньги
c) Выплачивать
163. Free of charge
a) Встроенная реклама
b) Бесплатно
c) Одобрение
164. To get degree in PR
a) Специализироваться в сфере PR
b) Получать диплом в сфере PR
c) Иметь связи в сфере PR
165. Personal qualities
a) Персональные качества
b) Персональный направление
c) Персональное одобрение
166. Product endorsement
a) Креативная концепция
b) Язык рекламы
c) Одобрение товара
167. Repetition
a) Повтор
b) Вознаграждение
c) Надежность
168. An appeal to fear
a) Призыв к страху
b) Призыв к разуму
c) Призыв к эмоциям
169. Special offers
a) Специальный товар
b) Специальное предложение
c) Специальный образ
170. Persuasive advertising
a) Убедительная реклама
b) Встроенная реклама
c) Наружная реклама
171. The technique of advertising
a) Способ рекламы
b) Вид рекламы
c) Техника рекламы
172. Creative concept
a) Креативная личность
b) Креативная концепция
c) Дизайнер
173. To attract advertisers
a) Низкие цены
b) Привлекать рекламодателей
c) Продвигать рекламу

174. Demonstrated materials
a) Поток доходов
b) Плата за размещение
c) Демонстрационные материалы
175. Print specialist
a) Гибкость
b) Продукт, рекламируемый в СМИ
c) Специалисты по печатной продукции
176. Product and packaging designers
a) Товары и услуги
b) Создавать образ
c) Дизайнеры продукции и упаковки
177. To occupy a position in advertising
a) Ответственная должность в сфере рекламы
b) Занимать должность в сфере рекламы
c) Привлекать работодателей
178. To boss somebody
a) Руководить предприятием
b) Руководить кем-то
c) Руководить группой людей
179. To pay salary
a) Иметь зарплату
b) Выплачивать зарплату
c) Тратить деньги
180. Big-time advertisers
a) Список адресантов
b) Крупные серьезные рекламодатели
c) Рекламные клише
181. Advertising related problems
a) Торговля через Интернет
b) Проблемы, относящиеся к рекламе
c) Способ продвижения товара
182. Global advertising
a) Глобальная реклама
b) Международная торговля
c) Глобальный рынок

Product and Corporate Advertising
1 Read the following article and choose the best sentence (A-I) from the list opposite to complete each gap.
Would you call your friends if it meant hearing ads every three minutes - er, make that free minutes?

You pick up the telephone, dial the number and before it rings a cheerful voice says, "Hello! This call is sponsored by..." 1____. We've come to tolerate (maybe) TV ads that cut into movies just at the dramatic moment, or intrude on soccer matches right when crucial play begins. In American football, referees even halt play for commercials. But how many people would be willing to have a phone call repeatedly interrupted for "a brief word from our sponsor"?
Answer: plenty.
That's the verdict from Sweden, where an outfit called Gratistelefone is the offering free, advertising-supported calls in a two-month trial. Lines are overloaded. 2____. They are not, it seems. A caller dials a toll-free number, then dials any other number in Sweden. 3____. There's no charge for as the caller - or the person called - wants to talk, or is willing to have conversation punctuated by chirpy jingles. 4____. But giveaways know no age barrier, says Borden. "We were a bit amazed, but we're getting lots of middle-aged and older people. For them it's no bother." He wouldn't confirm published reports that the system is getting 30,000 callers a day, but did say it is so popular that on some evenings the circuits are jammed. And what's in it for advertisers in this brave new medium? 5____. "Because the ad only 10 seconds long and your friend is waiting on the line, you can't really go to the bathroom," says Broden. "It's very cost-efficient." A handful of organizations, including a movie theater chain, a radio station, a snacks company and a charity, are already running ads, which cost about 13 cents per spot, and dozens more have expressed interest. Gratistelefone has bigger, not to mention Big Brother-like plans. 6____. Then, different callers might hear different ads, tailored to the advertisers' needs. There's even the technology to play separate ads to each person on the line - the caller from the rural north might hear a pickup truck pitch, while the recipient in Stockholm could listen to one for a local restaurant. The company plans to extend the service nationwide in Sweden in the next few months, and it has been deluged by inquiries from other countries. If the (READ TIME!) idea catches on and (READ TIME!) consumers elsewhere prove tolerant (READ TIME!) of such interruption, who knows where it may lead?

By Jay Branegan

England	freephone	cinema
American	toll-free	movie theater

A. Each ad has a very small – but equally captive – audience.
B. Gratistelefone leases capacity from other telephone operators at bulk rates.
C. “We were afraid consumers would be annoyed by the breaks,” says Peter Borden, the marketing director.
D. Future customers will have to provide a telephone number and all-important demographic data – age, sex marital status, address and so one.
E. We put up with commercial between songs on the radio.
F. They hope to make profits by charging advertisers for the chance to reach the world’s most narrowly targeted audience.
G. Not surprisingly, young people and students have been the biggest users in the test.
H. Although Sweden’s telephone market has been competitive for some time, long-distance charges can still be high.
I. The callers hears one 10-second ad while the connection is made, another in a minute, and then one spot every minutes.

2 Combine a word from A with one from B to match each of the definitions below.

A
Target
Celebrity
Hard
Company
Ad
Publicity
Public relation
Product

B
Sell
Logo
Audience
Endorsements
Launch
Event
Agency
Stunt

1. _____an aggressive, persuasive way of selling of product
2. _____the marketing and advertising effort that is organised to promote a new item whet it goes on the market
3. _____a printed symbol that stands for a business or their brand
4. _____an organised gathering to get media coverage for a brand, product or store opening
5. _____the demographic group that an advertising campaign is aimed at
6. _____well-known people promoting a particular product
7. _____a firm that specialises in creating advertising campaigns for business
8. _____an unusual, sometimes shocking action intended to attack people’s attention in order to promote a brand or product

5.3. Фонд оценочных средств

1.Choose the correct answer:

… birthday party was very interesting.
a) The b) A c) An

2. I usually go out with Sam and Stan … the evening,

a) on b) in c) from

3. Выберите правильный перевод предложения:

If I'm not working, how can I survive?

a) Если я не работаю, я смогу выжить?

b) Если я не буду работать, как я смогу выжить?

c) Не работая, нельзя выжить?

4. She didn't …… French last year.

a) say b) tell c) speak

5. - … will you come to me?

a) What b)When c)Where

6. Her eyes …a very light blue.

A) are B) have C) has

7. The Kremlin is bigger …. the Tower.

a) as b) so c) than

8. What is the national musical instrument in Scotland?

a) the violin b) the bagpipes c) the guitar

9. The symbol of England is ….

a) a lion b) a rose c) a dragon

10. My working day …. at 7 o clock.

A) begins B) is beginning C) am beginning

Choose the correct answer:

1. I have lunch with my parents … 2 o'clock.

a) on b) at c) with

2. I went to ___ hospital to visit him yesterday.

a) The b) A c) An

3. Выберите правильный перевод предложения:

Her parents have no money for her education and her father cannot work.

a) У ее родителей нет денег на ее образование, а ее отец не может работать.

b) У его родителей нет денег на образование, а его отец не работает.

c) Ее родители имеют деньги на ее образование и отец может не работать.

4. She doesn't …… English.

a) go b) tell c) know

5. - … will you fly next year?

a) Where b)When c) What

6. I … a student of an industrial college.

A) are B) have C) am

7. The Volga is longer …. the Thames.

a) as b) so c) than

8. What is the oldest university of Great Britain?

a) Harvard b)Cambridge c)Exeter

9. Where is the home of the British queen?

a) The Tower of London b) Westminster Abbey c) Buckingham Palace

10. . ….. many books on the shelf.

A) There is B) Is C) There are

Choose the correct answer:

1. I'm going to the cinema with my sister…Sunday.

a) on b) in c) at

2. - … did you phone her?

a) Who b)When c)Where

3. I want to buy … sweets.

a) a b) some c) an

4. Mother didn't let the children ___ TV.

a) watch b) see c) look

5. Выберите правильный перевод предложения:

It is possible that the rules of the game will change in the future.

a) Невозможно изменить правила игры в будущем.

b) Возможно, что правила игры в будущем не изменятся.

c) Возможно, что правила игры в будущем изменятся.

6. He …..a very busy day.

a) have b) has c) are

7. The Volga is longer …. the Thames.

a) as b) so c) than

8. How many parts does Great Britain consist of?

a) 5 b) 3 c) 4

9. What birds live in the Tower of London?

a)the doves b)the ravens c)the swans

10. … help me?

A) Can you to B) Do you can C) Can you

5.4. Перечень видов оценочных средств

Перечень видов и форм контроля дисциплины:
- выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий;
- контрольный опрос (устный);
- выполнение тестового задания;
- чтение и перевод иноязычных текстов профессиональной направленности с целью полного извлечения информации, обобщение прочитанного в виде реферата, резюме, аннотации на русском и изучаемом иностранном языке;
-письменная фиксация информации в виде записей, конспектирования, делового письма, а также в виде докладов, рефератов, тезисов и т.п.

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Карпова Т. А., Восковская А. С.	Английский язык: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2020, URL: https://book.ru/book/932756
Л1.2	Харченко М. Г., Манахова Е. Б.	Английский язык. Учебное пособие по формированию практических навыков ведения деловой переписки: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2020, URL: https://book.ru/book/936742

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.3	Васильева Е. А., Колыхалова О. А., Сидоркина Е. Д.	Английский язык для лингвистов. Продвинутый уровень = Language, Linguistics, Communication + еПриложение: Учебник	Москва: КноРус, 2022, URL: https://book.ru/book/942410
Л1.4	Година Д. Х., под ред., Вовси-Тиллье Л. А., Зарудная М. В., Филимонова Е. Ю., Улитко Е. Н., Шутова И. Г.	Английский язык для специальности "Реклама": Учебник	Москва: КноРус, 2021, URL: https://book.ru/book/940078
Л1.5	Моисеева Т. В., Климова И. И., Широких А. Ю., Калугина О. А.	Английский язык. Insurance: basic terms, urgent issues and business applications: Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2020, URL: https://book.ru/book/936161
Л1.6	Боголепова С. В., под ред., Рэйчел Л. К., под ред., Бакулев А. В., Кирсанова М. А., Макарова Н. Э., Эйстрих А. А.	Продвинутый английский язык для гуманитарных направлений = Advanced English for Humanities: Учебник	Москва: КноРус, 2021, URL: https://book.ru/book/939870
Л1.7	Квасова Л. В., Кавнатская Е. В., Сафонова О. Е., Болдырева А. А.	Английский язык в чрезвычайных ситуациях = help and rescue: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2021, URL: https://book.ru/book/938654
Л1.8	Аветисян Н. Г., Игнатов К. Ю.	Английский язык для делового общения. Тесты: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2015, URL: https://book.ru/book/915865
Л1.9	Левченко В. В., Кондратюк Л. Н., Мещерякова О. В., Широких А. Ю.	Английский язык: Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2020, URL: https://book.ru/book/933501
Л1.10	Аветисян Н. Г., Игнатов К. Ю.	Английский язык для делового общения. Тесты: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2020, URL: https://book.ru/book/934228
Л1.11	Квасова Л. В., Сафонова О. Е., Болдырева А. А.	Английский язык в чрезвычайных ситуациях = Professional english in emergency: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2022, URL: https://book.ru/book/941134
Л1.12	Карпова Т. А., Восковская А. С., Закирова Е. С., Циленко Л. П.	Деловой английский язык: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2020, URL: https://book.ru/book/933522
Л1.13	Радовель В.А.	Английский язык в сфере услуг: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО□, 2021, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=376136
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Карпова Т. А., Восковская А. С., Закирова Е. С., Циленко Л. П.	Деловой английский язык: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2019, URL: https://book.ru/book/931093
Л2.2	Голубев А. П., Балюк Н. В., Смирнова И. Б.	Английский язык для всех специальностей: Учебник	Москва: КноРус, 2019, URL: https://book.ru/book/931742

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.3	Брель Н. М., Пославская Н. А.	Английский язык. Базовый курс: Учебник	Москва: КноРус, 2020, URL: https://book.ru/book/936858
Л2.4	Карпова Т. А., Восковская А. С., Закирова Е. С., Циленко Л. П.	Деловой английский язык: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2019, URL: https://book.ru/book/932519
Л2.5	Голубев А. П., Балюк Н. В., Смирнова И. Б.	Английский язык для всех специальностей: Учебник	Москва: КноРус, 2018, URL: https://book.ru/book/929941
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Лизунова Н. М., Обухова Л. Ю.	Английский язык: Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2017, URL: https://book.ru/book/922096
Л3.2	Моисеева Т. В., Климова И. И., Широких А. Ю., Калугина О. А.	Английский язык. Insurance: basic terms, urgent issues and business applications. Учебное пособие: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2018, URL: https://book.ru/book/930533
Л3.3	Климова И. И., Широких А. Ю., Васьбиева Д. Г.	Деловой английский язык: Учебник	Москва: КноРус, 2017, URL: https://book.ru/book/920832

6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы	
Э1	ИНИОН. - Режим доступа: http://www.inion.ru
Э2	Российская государственная библиотека . - Режим доступа: http://www.rsl.ru
Э3	Национальная электронная библиотека . - Режим доступа: http://nel.nns.ru
Э4	Библиографическая поисковая система «Букинист. - Режим доступа: http://bukinist.agava.ru
Э5	Предметно-ориентированная логическая библиотечная сеть . - Режим доступа: http://www.libweb.ru
Э6	Научная электронная библиотека. - Режим доступа: www.elibrary.ru
6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	
6.3.1.1	7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.2	Яндекс Браузер Браузер Яндекс Браузер Лицензионное соглашение на использование программ Яндекс Браузер https://yandex.ru/legal/browser_agreement/
6.3.1.3	LibreOffice Офисный пакет LibreOffice Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.4	Windows 10 Pro RUS Операцинная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.5	ПО ЛИНКО v8.2 демо-версия ПО для компьютерного лингафонного кабинета демо-версия
6.3.1.6	Mozilla Firefox Браузер Mozilla Firefox Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.7	Kaspersky Endpoint Security Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный (350шт). Договор № ПР-00035750 от 13 декабря 2022г. (ООО Прима АйТи)
6.3.1.8	Сервер администрирования Kaspersky Security Center Сервер администрирования Kaspersky Security Center Договор № ПР-00030672 от 01.12.2020 (ООО Прима АйТи)
6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
6.3.2.1	Кодекс – Профессиональные справочные системы https://kodeks.ru
6.3.2.2	Консультант Плюс http://www.consultant.ru

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)			
Ауд	Наименование	ПО	Оснащение
401	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	60 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук

	работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.		
402	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
403	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	28 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
404	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	75 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
406	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	52 посадочных места, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук

	индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.		
407	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	40 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
408	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	30 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
409	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
Читальный зал	Читальный зал. Помещение для самостоятельной работы	7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security Maxima StarUML V1 Windows XP Professional Windows XP Professional	16 посадочных мест, рабочее место библиотекаря 6 компьютеров P5GC-MX1333/INTEL Core2Duo E2160/DDR2-667-1Гб/ST380815AS/Intel GMA-82945/Atheros L2 Fast Ethernet 10/100 4 компьютера GA945GCMX-S2/INTEL Core2Duo E2160/DDR2-667-1Гб/ST3160815AS/Intel GMA-82945/Realtek RTL8169 6 компьютеров P5GD2-X/Intel Pentium 4-3.00GHz/DDR2-667-1Гб/ WD800JD/Radeon X300/Marvell 88E805 1 компьютер P5KPL-SE/INTEL Core2Duo E6400/DDR2-667 -2Гб/ST380811AS/GF-6600/ Realtek PCIe GBE 9200SE/Marvell 88E8001 6 мониторов LG Flatron 1730s

		MS Visual Studio Pro 2010 MS Visio Pro 2010 MS Project Pro 2010 MS Access 2010 MS Office Standart 2007	4 монитора NEC AccuSync LCD73v 6 мониторов Samsung SyncMaster 740n 1 монитор Samsung SyncMaster 920n 1 принтер HP LaserJet PRO m402n 1 сканер HP ScanJet G2410
123а	Специальное помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice Notepad++. Oracle VM VirtualBox Adobe Reader DC ZEAL Klite Mega Codec Pack Windows 7 Pro CDBurnerXP Java 8 PDF24 Creator CCleaner Консоль Kaspersky Security Center Kaspersky Endpoint Security 11 ПАРУС-Бюджет 8.5.6.1 Microsoft Office 2007 Professional Plus 10-Strike File search pro 10-Страйк Сканирование Сети 10-Страйк Инвентаризация Компьютеров	Системный блок AMD FX-8120 1шт Системный блок Intel Core 2 CPU 4400 1шт. Монитор “LG L1718S” 1 шт. Монитор “BENQ CL2240” 1шт. Монитор “SAMSUNG 740m” 1шт. Набор инструментов 1 шт. Паяльная станция Lukey 902 1 шт Принтер SAMSUNG ML-1665 1 шт. Принтер SAMSUNG ML-1615 1 шт. Коммутатор D-Link DES-1005D 1 шт. Роутер Keenetic Lite (KN-3110)1 шт. Паяльник 40 Вт дер/ручка 1 шт. Лампа настольная 1 шт. Стол 1-тумбовый 1 шт. Стол 2 тумбовый 1 шт. Стол офисный компьютерный 1 шт. Столик компьютерный 1 шт. Стол 1-тубовый с верхней приставкой 1шт. Стулья тканевые на металокаркасе 2шт Стул деревянный 1шт Пылесос “SUPRA 1800W” 1 шт. Шуруповерт “Hitachi ds12dvf3” 1 шт. Веб-камера Logitech HD WebCam C525 1280*720 MicUSB - 4 шт Перфоратор Град-М 1 шт. Микрофон Yanmai R933 – 2 шт Ноутбук Asus X541U – 1 шт Проектор Cactus CS-PRO.02B.WXGA-W – 1 шт. Проектор Acer QNX1310 – 2 шт

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

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных задач, проведение блиц-опросов, исследовательские работы) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 15 % аудиторных занятий (определяется ФГОС с учетом специфики ОПОП).

Лекционные занятия дополняются ПЗ и различными формами СРС с учебной и научной литературой. В процессе такой работы студенты приобретают навыки «глубокого чтения» - анализа и интерпретации текстов по методологии и методике дисциплины.

Учебный материал по дисциплине «Иностранный язык»» разделен на логически завершенные части (разделы), после изучения, которых предусматривается аттестация в форме письменных тестов, контрольных работ.

Работы оцениваются в баллах, сумма которых дает рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и их творческие возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем. Каждый раздел учебной дисциплины включает обязательные виды работ – лекции, ПЗ, различные виды СРС (выполнение домашних заданий по решению задач, подготовка к лекциям и практическим занятиям).

Форма текущего контроля знаний – работа студента на практическом занятии, опрос. Форма промежуточных аттестаций – контрольная работа в аудитории, домашняя работа. Итоговая форма контроля знаний по разделам – контрольная работа или опрос.

Методические указания по выполнению учебной работы размещены в электронной образовательной среде академии

Методические указания и материалы по видам учебных занятий по дисциплине «Иностранный язык»

Вид учебных занятий, работ Организация деятельности обучающегося

Практические занятия Входной контроль

Выполнение тестовых заданий

Решение ситуационных задач

Чтение и перевод иноязычных текстов профессиональной направленности с целью полного извлечения информации, обобщение прочитанного в виде реферата, резюме, аннотации на русском и изучаемом иностранном языке.

Письменная фиксация информации в виде записей, конспектирования, делового письма, а также в виде докладов, рефератов, тезисов и т.п.

Ведение тематического словаря

Самостоятельная работа Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания,

зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Выполнение тестовых заданий
Решение ситуационных задач
Чтение и перевод иноязычных текстов профессиональной направленности с целью полного извлечения информации, обобщение прочитанного в виде реферата, резюме, аннотации на русском и изучаемом иностранном языке. Письменная фиксация информации в виде записей, конспектирования, делового письма, а также в виде докладов, рефератов, тезисов и т.п.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью имеет большое значение в формировании профессиональных компетенций будущего бакалавра. Самостоятельная работа — одна из важнейших форм овладения знаниями. Но самостоятельная работа требует известных навыков, умения. Наибольшую пользу она приносит тогда, когда обучающийся занимается систематически, проявляет трудолюбие и упорство. На основе самостоятельно приобретенных знаний формируются твердые убеждения обучающегося и умение отстаивать их. А это — самое главное в овладении любой наукой.
Самостоятельная работа включает многие виды активной умственной деятельности обучающегося: слушание лекций и осмысленное их конспектирование, глубокое освоение источников и литературы, консультации у преподавателя, чтение и перевод иноязычных текстов профессиональной направленности с целью полного извлечения информации, обобщение прочитанного в виде реферата, резюме, аннотации на русском и изучаемом иностранном языке, письменная фиксация информации в виде записей, конспектирования, делового письма, а также ввиде докладов, рефератов, тезисов и т.п., подготовка к практическим занятиям, экзаменам, самоконтроль приобретаемых знаний и т.д. Форма текущего контроля знаний – работа обучающегося на практическом занятии. Форма промежуточных аттестаций – письменная (домашняя) работа по проблемам изучаемой дисциплины. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – экзамен.
Самостоятельная работа по дисциплине «Иностранный язык» представляет собой способ организации контроля знаний, предполагающий выполнение заданий в присутствии преподавателя с минимальными ограничениями на время выполнения и использование вспомогательных материалов.
Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики, уровня сложности, уровня умений обучающихся.
Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы могут быть: чтение и перевод иноязычных текстов профессиональной направленности (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) с целью полного извлечения информации, обобщение прочитанного в виде реферата, резюме, аннотации на русском и изучаемом иностранном языке, письменная фиксация информации в виде записей, конспектирования, делового письма, а также в виде докладов, рефератов, тезисов и т.п., графическое изображение структуры текста; конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; ознакомление с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета; для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, контент–анализ и др.).
Самостоятельная работа обучающихся (СРС) охватывает все аспекты освоения иностранного языка и в значительной мере определяет результаты и качество освоения дисциплины «Иностранный язык»». В связи с этим планирование, организация, выполнение и контроль СРС по иностранному языку приобретают особое значение и нуждаются в методическом руководстве и методическом обеспечении. Настоящие методические рекомендации освещают виды и формы СРС по всем аспектам языка, систематизируют формы контроля СРС и содержат методические указания по отдельным аспектам освоения иностранного языка. Содержание методических рекомендаций носит универсальный характер, поэтому данные материалы могут быть использованы обучающимися всех направлений очной и заочной форм обучения при выполнении конкретных видов СРС. Основная цель методических рекомендаций состоит в обеспечении обучающихся необходимыми сведениями, методиками и алгоритмами для успешного выполнения самостоятельной работы, в формировании устойчивых навыков и умений по разным аспектам обучения иностранному языку, позволяющих самостоятельно решать учебные задачи, выполнять разнообразные задания, преодолевать наиболее трудные моменты в отдельных видах СРС. Используя методические рекомендации, обучающиеся должны овладеть следующими навыками и умениями:
- правильного произношения и чтения на иностранном языке;
- продуктивного активного освоения лексики иностранного языка;
- овладения грамматическим строем иностранного языка;
- работы с учебно-вспомогательной литературой (словарями и справочниками по иностранному языку);
- подготовленного устного монологического высказывания на иностранном языке в пределах изучаемых тем;
- письменной речи на иностранном языке.
Целенаправленная самостоятельная работа обучающихся по иностранному языку в соответствии с данными методическими рекомендациямипризваны обеспечить уровень языковой подготовки обучающихся, соответствующий требованиям ФГОС ВО по дисциплине «Иностранный язык». В процессе обучения иностранному языку используются различные виды и формы СРС, служащие для подготовки обучающихся к последующему самостоятельному использованию иностранного языка, а также как средства познавательной и коммуникативной деятельности.
Цели и задачи самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся:

- самостоятельность овладения новым учебным материалом;
- формирование умений и навыков самостоятельного умственного труда;
- овладение различными формами взаимоконтроля и самоконтроля;
- развитие самостоятельности мышления;
- формирование общих трудовых и профессиональных умений;
- формирование убежденности, волевых качеств, способности к самоорганизации, творчеству.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики, уровня сложности, уровня умений обучающихся.

Перечень практических заданий для самостоятельной работы

1. Чтение и перевод иноязычных текстов профессиональной направленности с целью полного извлечения информации, обобщение прочитанного в виде реферата, резюме, аннотации на русском и изучаемом иностранном языке.
2. Письменная фиксация информации в виде записей, конспектирования, делового письма, а также в виде докладов, рефератов, тезисов и т.п.
3. Лексические темы профессиональной направленности.
4. Грамматика (грамматический строй иностранного языка)
5. Выполнение лексико-грамматического теста
6. Ведение тематического словаря.