

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ


| | |
|--|--|
| Блок: | Блок 1 «Дисциплины (модули)» |
| Часть образовательной программы: | Обязательная |
| № дисциплины по учебному плану: | Б1.О.09 |
| Трудоемкость в зачетных единицах: | 5 семестр - 4; 6 семестр - 3; 7 семестр - 4; всего - 11 |
| Часов (всего) по учебному плану: | 396 часа |
| Лекции | не предусмотрено учебным планом |
| Практические занятия | 5 семестр - 32 часа; 6 семестр - 32 часа; 7 семестр - 32 часа; всего - 96 часа |
| Лабораторные работы | не предусмотрено учебным планом |
| Консультации | 7 семестр - 2 часа; |
| Самостоятельная работа | 5 семестр - 111,7 часов; 6 семестр - 75,7 часа; 7 семестр - 109,5 часов; всего - 296,9 часа |
| в том числе на КП/КР | не предусмотрено учебным планом |
| Иная контактная работа | проводится в рамках часов аудиторных занятий |
| включая: | |
| Контрольная работа | |
| Промежуточная аттестация: | |
| Зачет с оценкой | 5 семестр - 0,3 часа; |
| Зачет с оценкой | 6 семестр - 0,3 часа; |
| Экзамен | 7 семестр - 0,5 часа; всего - 1,1 часа |

Москва 2019

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

| | | |
|---|---|----------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Родин А.Б. |
| | Идентификатор | Reb974a93-RodinAB-1ebf636b |

(подпись)

А.Б. Родин

(расшифровка подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

| | | |
|---|---|--------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Вовк М.В. |
| | Идентификатор | R26eae99-VovkMV-a261481b |

(подпись)

М.В. Вовк

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

| | | |
|---|---|--------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Гаврилова Ю.В. |
| | Идентификатор | R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5 |

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка подписи)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: -формирование компетенций для осуществления устной и письменной коммуникации на иностранном языке международного общения на профессиональном уровне.

Задачи дисциплины

- -совершенствование навыков устной и письменной коммуникации в профессиональной сфере;;
- -развитие умений работать в команде, выполнять коллективные проекты, осуществлять диалоговое взаимодействие в среде, создаваемой информационными и коммуникационными технологиями;;
- -расширение кругозора и развитие общей, лингвистической, прагматической, профессиональной и межкультурной компетенций, способствующих во взаимодействии с другими дисциплинами формированию профессиональных навыков студентов;;
- -развитие информационной культуры: поиск и систематизация необходимой информации, определение степени ее достоверности, реферирование и использование для создания собственных текстов различной направленности; работа с большими объемами информации на иностранном языке;;
- -воспитание толерантности и уважения к историческому наследию и культурным традициям народов стран изучаемого языка;;
- -овладение лексико-грамматическими и стилистическими нормами языка;;
- -освоение норм и формул речевого этикета..

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Запланированные результаты обучения |
|--|---|--|
| ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ИД-2ОПК-1 Демонстрирует знание норм иностранного языка в процессе создания коммуникационного продукта | знать: - лексику, относящуюся к теме "Запросы и Предложения";; - структуру делового официального письма;; - лексику, относящуюся к теме "Контракты";; - официальные и речевые клише для проведения деловых переговоров;; - лексику и термины, относящиеся к теме "Реклама";. уметь: - демонстрировать навыки ведения переговоров на профессиональные темы;; - писать письма разного характера: запрос, предложение, жалоба, согласие;; - демонстрировать навыки участия в деловых встречах на профессиональные темы;; - демонстрировать навыки составления монологических высказываний по актуальным проблемам деловой и коммерческой деятельности;; |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Запланированные результаты обучения |
|--------------------------------|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - демонстрировать навыки участия в пресс-конференциях;; - уметь составлять монологические высказывания в области "рекламы" и "маркетинга";; - уметь участвовать в диалогических высказываниях на профессиональные темы;; - демонстрировать навыки составления рекламного сообщения;. |

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Дизайн в рекламе (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Требования к входным знаниям и умениям:

- знать грамматические времена, позволяющие осуществлять коммуникацию
- знать базовую лексику в объеме пройденных тем
- уметь осуществлять устную и письменную коммуникацию

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 11 зачетных единиц, 396 часа.

| № п/п | Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации | Всего часов на раздел | Семестр | Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы | | | | | | | | | | Содержание самостоятельной работы/ методические указания | | |
|-------|--|-----------------------|---------|--|-----|----|--------------|---|-----|----|----|-------------------|-----------------------------------|---|---|--|
| | | | | Контактная работа | | | | | | СР | | | | | | |
| | | | | Лек | Лаб | Пр | Консультация | | ИКР | | ПА | Работа в семестре | Подготовка к аттестации /контроль | | | |
| КПР | ГК | ИККП | ТК | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | | |
| 1 | Запросы и предложения. Реклама | 36 | 5 | - | - | 8 | - | - | - | - | - | 28 | - | <p><u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Запросы и предложения. Реклама" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], с.9-78</p> | | |
| 1.1 | Запросы и предложения. Повторение грамматических времен | 18 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | - | 14 | | - | |
| 1.2 | Причастие первое. Маркетинг и реклама | 18 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | - | 14 | | - | |
| 2 | Официальное деловое письмо. Оформление контрактов | 36 | | - | - | 8 | - | - | - | - | - | - | 28 | | - | <p><u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Официальное деловое письмо. Оформление контрактов" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], с.79-145</p> |
| 2.1 | Причастные обороты. Официальные деловые письма | 18 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | - | 14 | | - | |
| 2.2 | Причастие второе. Модальные обороты have to, to be to. Оформление контрактов | 18 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | - | 14 | | - | |
| 3 | Деловые встречи. Виды контрактов | 36 | | - | - | 8 | - | - | - | - | - | - | 28 | | - | |
| 3.1 | Причастие первое и второе. Деловые встречи | 18 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | - | 14 | | - | <p><u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Деловые встречи. Виды контрактов" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> |
| 3.2 | Условное наклонение (1 и 2 тип). Виды контрактов. | 18 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | - | 14 | | - | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|--------------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|------------|--------------|---|--|
| 4 | Деловая корреспонденция | 35.7 | | - | - | 8 | - | - | - | - | - | 27.7 | - | <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Деловая корреспонденция" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], с.208-240 |
| 4.1 | Условное наклонение (3 тип). Деловая корреспонденция | 18 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | 14 | - | |
| 4.2 | Условное наклонение смешанного типа Деловая корреспонденция: жалоба, запрос, предложение | 17.7 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | 13.7 | - | |
| | Зачет с оценкой | 0.3 | | - | - | - | - | - | - | - | 0.3 | - | - | |
| | Всего за семестр | 144.0 | | - | - | 32 | - | - | - | - | 0.3 | 111.7 | - | |
| | Итого за семестр | 144.0 | | - | - | 32 | - | - | - | - | 0.3 | 111.7 | - | |
| 5 | Деловая жизнь предприятий | 34 | 6 | - | - | 10 | - | - | - | - | - | 24 | - | <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Деловая жизнь предприятий" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], с.5-23 [4], с.6-17 |
| 5.1 | The manager's role | 10 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 5.2 | What is business? | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 5.3 | Economy | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 5.4 | Marketing | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 6 | Управление предприятиями | 26 | | - | - | 8 | - | - | - | - | - | 18 | - | <u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Управление предприятиями" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], с.24-34 [4], с.18-29 |
| 6.1 | Scientific management | 10 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 6.2 | Management | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 6.3 | Financial management | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 7 | Рабочий процесс | 26 | | - | - | 8 | - | - | - | - | - | 18 | - | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|------|--|--------------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|------------|-------------|---|
| 7.1 | The quality of working life | 10 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | 6 | - | Изучение материала по разделу "Рабочий процесс" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], с.35-46 |
| 7.2 | Customers | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 7.3 | Insurance | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 8 | Принятие решений | 21.7 | | - | - | 6 | - | - | - | - | - | 15.7 | - | <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> |
| 8.1 | Decision-making | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | Изучение материала по разделу "Принятие решений" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], с.47-51 [4], с.47-51 |
| 8.2 | The role of advertising | 6 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 4 | - | |
| 8.3 | Advertising in companies | 7.7 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 5.7 | - | |
| | Зачет с оценкой | 0.3 | | - | - | - | - | - | - | - | - | 0.3 | - | |
| | Всего за семестр | 108.0 | | - | - | 32 | - | - | - | - | - | 0.3 | 75.7 | - |
| | Итого за семестр | 108.0 | | - | - | 32 | - | - | - | - | - | 0.3 | 75.7 | - |
| 9 | Работа в СМИ | 26 | 7 | - | - | 8 | - | - | - | - | - | 18 | - | <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> |
| 9.1 | An introduction to advertising | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | Изучение материала по разделу "Работа в СМИ" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], с.7-9 [4], с.52-66 [5], с.4-20 |
| 9.2 | What makes advertising work | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 9.3 | Top management - planning and strategy | 10 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 10 | Разные виды реклам | 34 | | - | - | 10 | - | - | - | - | - | 24 | - | <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> |
| 10.1 | Image advertising | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | Изучение материала по разделу "Разные виды реклам" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], с.10-14 [4], с.78-89 [5], с.21-36 |
| 10.2 | Retail advertising | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 10.3 | What an advertising agency does | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 10.4 | Goal-setting | 10 | | - | - | 4 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 11 | Работа рекламных компаний | 26 | | - | - | 8 | - | - | - | - | - | 18 | - | <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> |
| 11.1 | Who is who in an advertising agency | 8 | | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | Изучение материала по разделу "Работа рекламных компаний" подготовка к выполнению заданий на практических |

| | | | | | | | | | | | | | |
|------|--|--------------|---|---|-----------|----------|----------|---|---|------------|--------------|-------------|---|
| 11.2 | How agencies get paid | 8 | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | занятиях <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], с.15-21 [5], с.37-47 |
| 11.3 | The management of time | 10 | - | - | 4 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 12 | Функция рекламы. Реклама в сети Интернет | 22 | - | - | 6 | - | - | - | - | - | 16 | - | <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Функция рекламы. Реклама в сети Интернет" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], с.22-25 [4], с.90-102 [5], с.48-68 |
| 12.1 | Understanding Why people choose one product over another | 8 | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 12.2 | The Internet: New ways of advertising | 8 | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 6 | - | |
| 12.3 | Motivation | 6 | - | - | 2 | - | - | - | - | - | 4 | - | |
| | Экзамен | 36.0 | - | - | - | - | 2 | - | - | 0.5 | - | 33.5 | |
| | Всего за семестр | 144.0 | - | - | 32 | - | 2 | - | - | 0.5 | 76 | 33.5 | |
| | Итого за семестр | 144.0 | - | - | 32 | 2 | - | - | - | 0.5 | 109.5 | | |
| | ИТОГО | 396.0 | - | - | 96 | 2 | - | - | - | 1.1 | 296.9 | | |

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Запросы и предложения. Реклама

1.1. Запросы и предложения. Повторение грамматических времен
Изучение лексики и терминов по теме "запросы и предложения". Повторение грамматических времен.

1.2. Причастие первое. Маркетинг и реклама
Изучение лексики и терминов по теме "маркетинг и реклама". Грамматика: Причастие первое.

2. Официальное деловое письмо. Оформление контрактов

2.1. Причастные обороты. Официальные деловые письма
Изучение лексики и терминов по теме "Официальные деловые письма". Грамматика: Причастные обороты.

2.2. Причастие второе. Модальные обороты have to, to be to. Оформление контрактов
Изучение лексики и терминов по теме "Контракты". Грамматика: причастие второе и модальные обороты have to, to be to.

3. Деловые встречи. Виды контрактов

3.1. Причастие первое и второе. Деловые встречи
Изучение лексики и терминов по теме "Деловые встречи". Грамматика: причастие первое и второе.

3.2. Условное наклонение (1 и 2 тип). Виды контрактов.
Изучение лексики и терминов по теме "Разные виды контрактов. Пункты контрактов". Грамматика: условное наклонение (1 и 2 тип).

4. Деловая корреспонденция

4.1. Условное наклонение (3 тип). Деловая корреспонденция
Изучение лексики и терминов по теме "Деловая корреспонденция". Грамматика: условное наклонение (3 тип).

4.2. Условное наклонение смешанного типа Деловая корреспонденция: жалоба, запрос, предложение
Изучение лексики и терминов по теме "Деловая корреспонденция: жалоба, запрос, предложение". Грамматика: условное наклонение смешанного типа.

5. Деловая жизнь предприятий

5.1. The manager's role
Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме The manager's role.

5.2. What is business?

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме What is business.

5.3. Economy

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Economy.

5.4. Marketing

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Marketing.

6. Управление предприятиями

6.1. Scientific management

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Scientific management.

6.2. Management

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Management.

6.3. Financial management

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Financial management.

7. Рабочий процесс

7.1. The quality of working life

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Working life.

7.2. Customers

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Customers.

7.3. Insurance

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Insurance.

8. Принятие решений

8.1. Decision-making

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Decision-making.

8.2. The role of advertising

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме The role of advertising.

8.3. Advertising in companies

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Advertising in companies.

9. Работа в СМИ

9.1. An introduction to advertising

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Advertising.

9.2. What makes advertising work

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Types of advertisements.

9.3. Top management - planning and strategy

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Top management.

10. Разные виды реклам

10.1. Image advertising

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Image advertising.

10.2. Retail advertising

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Retail advertising.

10.3. What an advertising agency does

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме An advertising agency.

10.4. Goal-setting

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Goal-setting.

11. Работа рекламных компаний

11.1. Who is who in an advertising agency

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме staff in advertising agency.

11.2. How agencies get paid

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Employment and financial problems in an advertising agencies.

11.3. The management of time

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Time management.

12. Функция рекламы. Реклама в сети Интернет

12.1. Understanding Why people choose one product over another

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Psychology of advertising.

12.2. The Internet: New ways of advertising

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме New ways of advertising.

12.3. Motivation

Изучение лексики и составление монологических и диалогических высказываний по теме Motivation.

3.3. Темы практических занятий

1. Motivation;
2. The management of time;
3. How agencies get paid?;
4. Who is who in an advertising agency;
5. Goal-setting;
6. What an advertising agency does;
7. Retail advertising;
8. Image advertising;
9. Top-management;
10. What makes advertising work;
11. An introduction to advertising;
12. The role of advertising;
13. Decision-making;
14. Insurance;
15. Customers;
16. The quality of working life;
17. Маркетинг и реклама. Причастие первое;
18. Оформление деловых писем. Причастные обороты;
19. Оформление контрактов. Причастие второе;
20. Деловые встречи. Причастие первое и второе;
21. Деловая корреспонденция. Условное наклонение (1 и 2 тип);
22. The Internet. New ways of advertising;
23. Деловые письма: жалобы, запросы, предложения. Условное наклонение (смешанный тип);
24. What is business;
25. Economy;
26. Marketing;
27. Scientific management;
28. Management;
29. Financial management;
30. The manager's role;
31. Understanding why people choose one product over another one;
32. Запросы и предложения.
Грамматические времена. Повторение.

3.4. Темы лабораторных работ
не предусмотрено

3.5 Консультации

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ
Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

| Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1) | Коды индикаторов | Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1) | | | | | | | | | | | | Оценочное средство (тип и наименование) | |
|--|------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|---|--|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | |
| Знать: | | | | | | | | | | | | | | | |
| лексику и термины, относящиеся к теме "Реклама"; | ИД-2ОПК-1 | | | | | | | | | | | | + | | Контрольная работа/Реклама и формы ее распространения |
| официальные и речевые клише для проведения деловых переговоров; | ИД-2ОПК-1 | | | | | + | | | | | | | | | Контрольная работа/Деловые переговоры |
| лексику, относящуюся к теме "Контракты"; | ИД-2ОПК-1 | | | + | | | | | | | | | | | Контрольная работа/Составление контрактов |
| структуру делового официального письма; | ИД-2ОПК-1 | | + | | | | | | | | | | | | Контрольная работа/Написание официальных деловых писем. Структура и шаблон |
| лексику, относящуюся к теме "Запросы и Предложения"; | ИД-2ОПК-1 | + | | | | | | | | | | | | | Контрольная работа/Запросы и предложения |
| Уметь: | | | | | | | | | | | | | | | |
| демонстрировать навыки составления рекламного сообщения; | ИД-2ОПК-1 | | | | | | | | | | | | | + | Контрольная работа/Психология рекламы |
| уметь участвовать в диалогических высказываниях на профессиональные темы; | ИД-2ОПК-1 | | | | | | | | | | | | | + | Контрольная работа/Работа в рекламных агентствах |
| уметь составлять монологические высказывания в области "рекламы" и "маркетинга"; | ИД-2ОПК-1 | | | | | | | | | | | + | | | Контрольная работа/Реклама и Маркетинг |
| демонстрировать навыки участия в пресс-конференциях; | ИД-2ОПК-1 | | | | | | | | | + | | | | | Контрольная работа/Пресс-конференция |
| демонстрировать навыки составления монологических высказываний по актуальным проблемам деловой и | ИД-2ОПК-1 | | | | | | | | | + | | | | | Контрольная работа/Актуальные проблемы деловой и коммерческой |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------|--|--|--|---|---|---|--|--|--|--|--|--|--|--|
| коммерческой деятельности; | | | | | | | | | | | | | | | деятельности |
| демонстрировать навыки участия в деловых встречах на профессиональные темы; | ИД-2 _{ОПК-1} | | | | | | + | | | | | | | | Контрольная работа/Деловые встречи |
| писать письма разного характера: запрос, предложение, жалоба, согласие; | ИД-2 _{ОПК-1} | | | | + | | | | | | | | | | Контрольная работа/Разные виды деловых писем |
| демонстрировать навыки ведения переговоров на профессиональные темы; | ИД-2 _{ОПК-1} | | | | | + | | | | | | | | | Контрольная работа/Деловые переговоры |

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

5 семестр

Форма реализации: Письменная работа

1. Запросы и предложения (Контрольная работа)
2. Написание официальных деловых писем. Структура и шаблон (Контрольная работа)
3. Разные виды деловых писем (Контрольная работа)
4. Составление контрактов (Контрольная работа)

6 семестр

Форма реализации: Письменная работа

1. Актуальные проблемы деловой и коммерческой деятельности (Контрольная работа)
2. Деловые встречи (Контрольная работа)
3. Деловые переговоры (Контрольная работа)
4. Пресс-конференция (Контрольная работа)

7 семестр

Форма реализации: Письменная работа

1. Психология рекламы (Контрольная работа)
2. Работа в рекламных агентствах (Контрольная работа)
3. Реклама и Маркетинг (Контрольная работа)
4. Реклама и формы ее распространения (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Зачет с оценкой (Семестр №5)

Оценка выставляется по совокупности оценок по текущему контролю

Зачет с оценкой (Семестр №6)

Оценка выставляется по итогам текущего контроля

Экзамен (Семестр №7)

Оценка выставляется по сумме оценок по текущим контрольным мероприятиям

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Английский язык для делового общения. Новый курс: В 2 т. Т.2. (Ч. 4, 5, 6) : учебник для применения в области бизнеса и менеджмента / И. Ф. Жданова, и др. – 10-е изд., (продвинутый уровень) . – М. : Филоматис, 2013 . – 784 с. – (English) . - ISBN 978-5-98111-174-7 .;
2. Жестков, В. К. Business and management. Уровень Intermediate : книга для чтения на английском языке для студентов экономических специальностей / В. К. Жестков, И. В.

Казакова, Л. А. Расторгуева, Моск. энерг. ин-т (МЭИ ТУ) . – М. : Изд-во МЭИ, 2005 . – 143 с.;

3. Кустиков, М. М. Advertising in English : учебное пособие по английскому языку для изучающих рекламный бизнес / М. М. Кустиков, Н. М. Власенко . – Долгопрудный : Маяк, 2008 . – 80 с. - ISBN 5-904110-01-4 .;

4. Cotton, D. Keys to management : [is a course in Business English for upper-intermediate to advanced students wishing to extend their knowledge of management theory and practice] / D. Cotton . – Harlow : Addison Wesley Longman Limited, 1997 . – 224 p. – На англ. яз. - ISBN 0-17-555825-6 .;

5. С. Иванова- "English for advertising business management", Издательство: "Оренбургский государственный университет", Оренбург, 2012 - (152 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259149>.

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office;
3. Windows;
4. Майнд Видеоконференции.

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Тип помещения | Номер аудитории, наименование | Оснащение |
|---|--------------------------------------|---|
| Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля | М-915, Учебная аудитория | стол, стул, доска меловая |
| | М-914, Учебная аудитория | парта, стол преподавателя, стул, доска меловая |
| | Ж-120, Машинный зал ИВЦ | сервер, кондиционер |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП | М-915, Учебная аудитория | стол, стул, доска меловая |
| | М-914, Учебная аудитория | парта, стол преподавателя, стул, доска меловая |
| | Ж-120, Машинный зал ИВЦ | сервер, кондиционер |
| Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации | М-915, Учебная аудитория | стол, стул, доска меловая |
| | М-914, Учебная аудитория | парта, стол преподавателя, стул, доска меловая |
| Помещения для самостоятельной работы | НТБ-303, Компьютерный читальный зал | стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер |

| | | |
|--|---------------------------------|---|
| | | персональный, принтер, кондиционер |
| Помещения для консультирования | М-909, Помещение кафедры «РСиЛ» | кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный |
| Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря | М-901а, Архивное помещение ГПИ | кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул |

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Иностранный язык профессионального общения

(название дисциплины)

5 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Запросы и предложения (Контрольная работа)
- КМ-2 Написание официальных деловых писем. Структура и шаблон (Контрольная работа)
- КМ-3 Составление контрактов (Контрольная работа)
- КМ-4 Разные виды деловых писем (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.

| Номер раздела | Раздел дисциплины | Индекс КМ: | КМ-1 | КМ-2 | КМ-3 | КМ-4 |
|---------------|--|------------|------|------|------|------|
| | | Неделя КМ: | 4 | 8 | 12 | 16 |
| 1 | Запросы и предложения. Реклама | | | | | |
| 1.1 | Запросы и предложения. Повторение грамматических времен | | + | | | |
| 1.2 | Причастие первое. Маркетинг и реклама | | + | | | |
| 2 | Официальное деловое письмо. Оформление контрактов | | | | | |
| 2.1 | Причастные обороты. Официальные деловые письма | | | + | | |
| 2.2 | Причастие второе. Модальные обороты have to, to be to. Оформление контрактов | | | + | | |
| 3 | Деловые встречи. Виды контрактов | | | | | |
| 3.1 | Причастие первое и второе. Деловые встречи | | | | + | |
| 3.2 | Условное наклонение (1 и 2 тип). Виды контрактов. | | | | + | |
| 4 | Деловая корреспонденция | | | | | |
| 4.1 | Условное наклонение (3 тип). Деловая корреспонденция | | | | | + |
| 4.2 | Условное наклонение смешанного типа Деловая корреспонденция: жалоба, запрос, предложение | | | | | + |
| Вес КМ, %: | | | 25 | 25 | 25 | 25 |

6 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-5 Деловые переговоры (Контрольная работа)
- КМ-6 Деловые встречи (Контрольная работа)

КМ-7 Актуальные проблемы деловой и коммерческой деятельности (Контрольная работа)

КМ-8 Пресс-конференция (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.

| Номер раздела | Раздел дисциплины | Индекс КМ: | КМ-5 | КМ-6 | КМ-7 | КМ-8 |
|---------------|-----------------------------|------------|------|------|------|------|
| | | Неделя КМ: | 4 | 8 | 12 | 16 |
| 1 | Деловая жизнь предприятий | | | | | |
| 1.1 | The manager's role | | + | | | |
| 1.2 | What is business? | | + | | | |
| 1.3 | Economy | | + | | | |
| 1.4 | Marketing | | + | | | |
| 2 | Управление предприятиями | | | | | |
| 2.1 | Scientific management | | | + | | |
| 2.2 | Management | | | + | | |
| 2.3 | Financial management | | | + | | |
| 3 | Рабочий процесс | | | | | |
| 3.1 | The quality of working life | | | | + | |
| 3.2 | Customers | | | | + | |
| 3.3 | Insurance | | | | + | |
| 4 | Принятие решений | | | | | |
| 4.1 | Decision-making | | | | | + |
| 4.2 | The role of advertising | | | | | + |
| 4.3 | Advertising in companies | | | | | + |
| Вес КМ, %: | | | 25 | 25 | 25 | 25 |

7 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

КМ-9 Реклама и формы ее распространения (Контрольная работа)

КМ- Реклама и Маркетинг (Контрольная работа)

10

КМ- 11 Работа в рекламных агентствах (Контрольная работа)

11

КМ- 12 Психология рекламы (Контрольная работа)

12

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

| Номер раздела | Раздел дисциплины | Индекс КМ: | КМ-9 | КМ-10 | КМ-11 | КМ-12 |
|---------------|--|------------|------|-------|-------|-------|
| | | Неделя КМ: | 4 | 8 | 12 | 16 |
| 1 | Работа в СМИ | | | | | |
| 1.1 | An introduction to advertising | | + | | | |
| 1.2 | What makes advertising work | | + | | | |
| 1.3 | Top management - planning and strategy | | + | | | |
| 2 | Разные виды реклам | | | | | |
| 2.1 | Image advertising | | | + | | |
| 2.2 | Retail advertising | | | + | | |
| 2.3 | What an advertising agency does | | | + | | |
| 2.4 | Goal-setting | | | + | | |
| 3 | Работа рекламных компаний | | | | | |
| 3.1 | Who is who in an advertising agency | | | | + | |
| 3.2 | How agencies get paid | | | | + | |
| 3.3 | The management of time | | | | + | |
| 4 | Функция рекламы. Реклама в сети Интернет | | | | | |
| 4.1 | Understanding Why people choose one product over another | | | | | + |
| 4.2 | The Internet: New ways of advertising | | | | | + |
| 4.3 | Motivation | | | | | + |
| Вес КМ, %: | | | 25 | 25 | 25 | 25 |