

**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: Реклама и связи с общественностью

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Рабочая программа дисциплины**  
**ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ**

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

**Москва 2019**

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Дорохина М.Н.
	Идентификатор	Re0d43781-DorokhinaMN-db4f9dc3

(подпись)

М.Н. Дорохина

(расшифровка подписи)

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель  
образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Казакова И.В.
	Идентификатор	Rd01b54b1-KazakovaIV-dd5c8f2a

(подпись)

И.В. Казакова

(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-2 <sub>ОПК-1</sub> 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"> <li>- демонстрировать навыки участия в пресс-конференциях;;</li> <li>- уметь составлять монологические высказывания в области "рекламы" и "маркетинга";;</li> <li>- уметь участвовать в диалогических высказываниях на профессиональные темы;;</li> <li>- демонстрировать навыки составления рекламного сообщения;.</li> </ul>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Реклама и связи с общественностью (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	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Запросы и предложения. Реклама" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], с.9-78	
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	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Официальное деловое письмо. Оформление контрактов" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], с.79-145
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	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Деловые встречи. Виды контрактов" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], с.146-207
3.1	Причастие первое и второе. Деловые встречи	18		-	-	4	-	-	-	-	-	-	14	-	
3.2	Условное наклонение (1 и 2 тип). Виды контрактов.	18		-	-	4	-	-	-	-	-	-	14	-	

4	Деловая корреспонденция	35.7		-	-	8	-	-	-	-	-	27.7	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Деловая корреспонденция" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [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	-	-	
	<b>Всего за семестр</b>	<b>144.0</b>		-	-	<b>32</b>	-	-	-	-	<b>0.3</b>	<b>111.7</b>	-	
	<b>Итого за семестр</b>	<b>144.0</b>		-	-	<b>32</b>	-	-	-	-	<b>0.3</b>	<b>111.7</b>	-	
5	Деловая жизнь предприятий	34	6	-	-	10	-	-	-	-	-	24	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Деловая жизнь предприятий" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [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	-	<b><u>Подготовка домашнего задания:</u></b> 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. <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [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 <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], с.35-46 [4], с.78-89
7.2	Customers	8		-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	
7.3	Insurance	8		-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	
8	Принятие решений	21.7		-	-	6	-	-	-	-	-	15.7	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b>
8.1	Decision-making	8		-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	Изучение материала по разделу "Принятие решений" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], с.47-51 [4], с.41-51
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	-	
	<b>Всего за семестр</b>	<b>108.0</b>		-	-	<b>32</b>	-	-	-	-	-	<b>0.3</b>	<b>75.7</b>	
	<b>Итого за семестр</b>	<b>108.0</b>		-	-	<b>32</b>	-	-	-	-	-	<b>0.3</b>	<b>75.7</b>	
9	Работа в СМИ	26	7	-	-	8	-	-	-	-	-	18	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b>
9.1	An introduction to advertising	8		-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	Изучение материала по разделу "Работа в СМИ" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [3], с.7-9 [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	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b>
10.1	Image advertising	8		-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	Изучение материала по разделу "Разные виды реклам" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [3], с.10-14 [4], с.67-77 [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	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b>
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 <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [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	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Функция рекламы. Реклама в сети Интернет" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [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	
	<b>Всего за семестр</b>	<b>144.0</b>	-	-	<b>32</b>	-	<b>2</b>	-	-	<b>0.5</b>	<b>76</b>	<b>33.5</b>	
	<b>Итого за семестр</b>	<b>144.0</b>	-	-	<b>32</b>	<b>2</b>	-	-	-	<b>0.5</b>	<b>109.5</b>		
	<b>ИТОГО</b>	<b>396.0</b>	-	-	<b>96</b>	<b>2</b>	-	-	-	<b>1.1</b>	<b>296.9</b>		

**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. Запросы и предложения. Грамматические времена. Повторение;
2. Understanding why people choose one product over another;
3. The management of time;
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. Advertising in companies;
13. The role of advertising;
14. Decision-making;
15. Insurance;
16. New ways of advertising;
17. Customers;
18. Financial management;
19. Management;
20. Scientific management;
21. Marketing;
22. Economy;
23. What is business;
24. The manager's role;
25. Деловая корреспонденция: запросы, жалобы, предложение. Условное наклонение (смешанный тип);
26. Деловая корреспонденция. Условное наклонение (3 тип);
27. Виды контрактов. Условное наклонение (1 и 2 тип);
28. Деловые встречи. Причастие первое и второе;
29. Оформление контрактов. Причастие второе;
30. Официальные деловые письма. Причастные обороты;
31. Маркетинг и реклама. Причастие первое;
32. The quality of working life;
33. Motivation.

**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		
<b>Знать:</b>															
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
<b>Уметь:</b>															
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 <sub>ОПК-1</sub>						+								Контрольная работа/Деловые встречи
писать письма разного характера: запрос, предложение, жалоба, согласие;	ИД-2 <sub>ОПК-1</sub>				+										Контрольная работа/Разные виды деловых писем
демонстрировать навыки ведения переговоров на профессиональные темы;	ИД-2 <sub>ОПК-1</sub>					+									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.

## 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](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-817, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, стол письменный, доска меловая
	М-818, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-817, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, стол письменный, доска меловая
	М-818, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-817, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, стол письменный, доска меловая
	М-818, Учебная аудитория	парта со скамьей, 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

<p>Помещения для консультирования</p>	<p>М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»</p>	<p>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</p>
<p>Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря</p>	<p>М-901а, Архивное помещение ГПИ</p>	<p>кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул</p>

## 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