

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: Очно-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	проводится в рамках часов аудиторных занятий
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 - 2,5 часа;
	всего - 3,1 часа

Москва 2025

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Дорохина М.Н.
	Идентификатор	Re0d43781-DorokhinaMN-db4f9dc

М.Н. Дорохина

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Рашитова Л.К.
	Идентификатор	Ra58dc913-RashitovaLK-525eb798

Л.К. Рашитова

Заведующий выпускающей
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

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 "Контракты";; - структуру делового официального письма;; - лексику, относящуюся к теме "Запросы и Предложения";; - лексику и термины, относящиеся к теме "Реклама";; - официальные и речевые клише для проведения деловых переговоров; уметь: - демонстрировать навыки участия в деловых встречах на профессиональные темы;; - демонстрировать навыки участия в пресс-конференциях;; - уметь участвовать в диалогических высказываниях 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
		- демонстрировать навыки ведения переговоров на профессиональные темы;; - уметь составлять монологические высказывания в области "рекламы" и "маркетинга";; - писать письма разного характера: запрос, предложение, жалоба, согласие;; - демонстрировать навыки составления рекламного сообщения;.

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	-	<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
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	-	<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
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	-	
3.2	Условное наклонение (1 и 2 тип). Виды контрактов.	18			-	-	4	-	-	-	-	-	14	-

4	Деловая корреспонденция	35.7	6	-	-	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		-	-	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.18-40
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	-	<u>Подготовка к практическим занятиям:</u>

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> 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.41-51
8.1	Decision-making	8		-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	
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> 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
9.1	An introduction to advertising	8		-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	
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> 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.67-77 [5], с.21-36
10.1	Image advertising	8		-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	
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> Изучение материала по разделу "Работа рекламных компаний" подготовка к выполнению заданий на практических
11.1	Who is who in an advertising agency	8		-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	

11.2	How agencies get paid	8	-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	занятиях
11.3	The management of time	10	-	-	4	-	-	-	-	-	6	-	<u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], с.15-21 [4], с.78-89 [5], с.37-47
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"
12.1	Understanding Why people choose one product over another	8	-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	подготовка к выполнению заданий на практических занятиях
12.2	The Internet: New ways of advertising	8	-	-	2	-	-	-	-	-	6	-	<u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], с.22-25
12.3	Motivation	6	-	-	2	-	-	-	-	-	4	-	[4], с.90-102 [5], с.48-68
	Экзамен	36.0	-	-	-	-	-	-	-	2.5	-	33.5	
	Всего за семестр	144.0	-	-	32	-	-	-	-	2.5	76	33.5	
	Итого за семестр	144.0	-	-	32	-	-	-	-	2.5	109.5		
	ИТОГО	396.0	-	-	96	-	-	-	-	3.1	296.9		

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

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:														
официальные и речевые клише для проведения деловых переговоров;	ИД-2ОПК-1					+								Контрольная работа/Деловые переговоры
лексику и термины, относящиеся к теме "Реклама";	ИД-2ОПК-1									+				Контрольная работа/Реклама и формы ее распространения
лексику, относящуюся к теме "Запросы и Предложения";	ИД-2ОПК-1	+												Контрольная работа/Запросы и предложения
структуру делового официального письма;	ИД-2ОПК-1		+											Контрольная работа/Написание официальных деловых писем. Структура и шаблон
лексику, относящуюся к теме "Контракты";	ИД-2ОПК-1			+										Контрольная работа/Составление контрактов
Уметь:														
демонстрировать навыки составления рекламного сообщения;	ИД-2ОПК-1												+	Контрольная работа/Психология рекламы
писать письма разного характера: запрос, предложение, жалоба, согласие;	ИД-2ОПК-1				+									Контрольная работа/Разные виды деловых писем
уметь составлять монологические высказывания в области "рекламы" и "маркетинга";	ИД-2ОПК-1										+			Контрольная работа/Реклама и Маркетинг
демонстрировать навыки ведения переговоров на профессиональные темы;	ИД-2ОПК-1					+								Контрольная работа/Деловые переговоры
демонстрировать навыки составления монологических высказываний по актуальным проблемам деловой и	ИД-2ОПК-1							+						Контрольная работа/Актуальные проблемы деловой и коммерческой

коммерческой деятельности;														деятельности
уметь участвовать в диалогических высказываниях на профессиональные темы;	ИД-2 _{ОПК-1}											+		Контрольная работа/Работа в рекламных агентствах
демонстрировать навыки участия в пресс-конференциях;	ИД-2 _{ОПК-1}								+					Контрольная работа/Пресс-конференция
демонстрировать навыки участия в деловых встречах на профессиональные темы;	ИД-2 _{ОПК-1}						+							Контрольная работа/Деловые встречи

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

В диплом выставляется оценка за 7 семестр.

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 / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux.

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 практических занятий, КР и КП	М-907, Учебная аудитория	парта, стул, вешалка для одежды, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-907, Учебная аудитория	парта, стул, вешалка для одежды, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Лекционная аудитория	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, инвентарь учебный, книги, учебники, пособия, архивные документы

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)

КМ-11 Работа в рекламных агентствах (Контрольная работа)

КМ-12 Психология рекламы (Контрольная работа)

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					+
Бес КМ, %:			25	25	25	25