Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сорокина Екатерина Васильевна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 05.07.2023 16:02:21
Уникальный программный ключ:
4c3e1fa1eb27801ce9382c57cdbe0016eb6e676764aa42b2fad97ddccafbf85e

ЧОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

Кафедра иностранных языков

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
Сорокина Е.В. Сорокина
23.06.2023

Б1.О.04

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебная дисциплина	Иностранный язык
По направлению подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль	«Реклама и связи с общественностью в коммерческих
(программа бакалавриата)	и некоммерческих организациях»
Форма обучения	Очная

Программа дисциплины рассмотрена (актуализирована) и утверждена на заседании кафедры иностранных языков

Протокол заседания № 12 от «21» июня 2023 г.

Заведующий кафедрой *Корнеева Наталья Александровна*

2021

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык» составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512 и учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях».

Трудоемкость дисциплины: 16 з.е. / 576 академических часов, в том числе 360 часов контактной работы и 180 часов самостоятельной работы обучающихся.

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)

Вид учебной работы		**Количество часов**								
		Всего по учебному плану	**Семестры**							
			1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**
Контактная работа (всего):		**360**	60	100	92	108				
В том числе:										
Лекции										
Практические занятия		**344**	56	96	88	104				
Контроль самостоятельной работы (КСР)		**16**	4	4	4	4				
Самостоятельная работа (всего):		**180**	48	44	52	36				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет, зачет с оценкой)		**36**	Зачет	Зачет с оценкой	Зачет	Экзамен 36				
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:	**Часы:**	**576**	108	144	144	180				
	З.е.:	**16**	3	4	4	5				

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Данная дисциплина по своему характеру является коммуникативной и направлена на формирование и развитие речевых умений, формирование способности и готовности обучающихся использовать иностранный язык как инструмент в ситуации реальной коммуникации.

Дисциплина имеет своей целью сформировать и развить языковые и речевые навыки и умения в аудировании, устной речи (диалогической и монологической), чтении и письме для осуществления успешной коммуникации, в том числе (в команде) на иностранном языке.

Цель дисциплины - повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутом на предыдущей ступени образования, и формирование у обучающихся

необходимого и достаточного уровня коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной и профессиональной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Воспитательная цель дисциплины имеет культурно-творческую направленность и нацелена на создание посредством иностранного языка условий для развития творческих способностей обучающихся, включение их в различные виды социально значимой деятельности, таким образом, давая возможность формирования оригинальности мышления, а также реализации личностно ориентированного подхода в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

- формировать у обучающихся знания, умения и навыки в области устной и письменной практики разговорной и профессионально-деловой речи и использование их в профессиональной деятельности по направлению подготовки;
- ознакомить обучающихся с особенностями лексической системы изучаемого иностранного языка, функциональной и стилистической дифференциацией языковых средств, наиболее продуктивными словообразовательными моделями изучаемого иностранного языка;
- совершенствовать навыки распознавания и понимания грамматических форм и конструкций в опоре на различные признаки грамматических явлений, а также навыки употребления грамматических конструкций в различных речевых ситуациях;
- развивать коммуникативные компетенции, необходимой для творческой деятельности в повседневном общении, в общественно-политической и научно-профессиональной сферах;
- приобщать обучающихся к самостоятельной исследовательской работе над языком, развивать у обучающихся аналитический подход к изучаемым языковым явлениям путем сопоставления их с соответствующими явлениями родного языка.

Задачи воспитательной работы:

- развитие у обучающихся понимания социальной значимости иноязычной культуры в будущей профессиональной деятельности на иностранном языке, как для современного общества, так и для личного профессионального становления;
- создание условий для осознания обучающимися своего места и роли в будущей профессиональной деятельности;
- формирование всесторонне развитой личности посредством приобщения обучающихся к иноязычной культуре и вовлечения в творческую деятельность с использованием иностранного языка;

- развитие культуры межличностного профессионального взаимодействия.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

Учебная дисциплина «Иностранный язык» относится к обязательной части Блока1. Дисциплины (модули).

Изучение данной дисциплины базируется на материале, изученном в рамках школьного курса. Дисциплины, при изучении которых будут использоваться знания, умения и навыки, приобретённые в результате изучения дисциплины «Иностранный язык» - «Подготовка по английскому языку».

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Результаты освоения образовательной программы (компетенции обучающихся) устанавливаются в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки и профессиональными стандартами, соответствующими профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований работодателей, предъявляемых к выпускникам. Планируемые результаты прохождения практики (знания, умения, навыки) обеспечивают достижение результатов освоения образовательной программы.

Щифр и название компетенции	**Индикаторы компетенции**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**
УК–4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.2 Осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном (ых) языке (ах)	**Знать:** Принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации **Уметь:** Принимать на практике устную и письменную деловую коммуникацию **Владеть:** Методикой составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств

5. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Семестр изучения: **1**

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы					Промежуточная аттестация в часах	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции
		Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа				
		Лекции	Практические занятия	КСР	В часах	Формы организации самостоятельной работы			
Раздел 1. Global Marketing	Тема 1.1. Globalization (практикум) *Культурно-творческое воспитание: социальная значимость иноязычной культуры*	-	8	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 1.2. Global Marketing (практикум) *Культурно-творческое воспитание: межкультурное профессиональное взаимодействие*	-	8	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 1.3. Product promotion (практикум)	-	8	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2

	Тема 1.4. Global Advertising (практикум)	-	8	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	домашние задания	УК-4.2
	Тема 1.5. Branding (практикум)	-	8	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 1.6. Global advertising campaigns (практикум)	-	8	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 1.7. Business Media (практикум)	-	8	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2

Форма промежуточной аттестации **Зачет**	-	-	-	6	Подготовка к промежуточной аттестации в форме индивидуальной презентации	-		-
Итого	**-**	**56**	**4**	**48**	-			
	108							

Семестр изучения: 2

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы					Промежуточная аттестация в часах	Формы текущего контроля	Формируемые компетенции
		Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа				
		Лекции	Практические занятия	КСР	в часах	формы организации самостоятельной работы			
Раздел 2. Business Organization in terms of Marketing	Тема 2.1. Employment (практикум) *Культурно-творческое воспитание: осознание своего места и роли в будущей профессиональной*	-	10	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 2.2. Trade (практикум)	-	10	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 2.3. Organization (практикум) *Культурно-творческое воспитание: межкультурное профессиональное взаимодействие*	-	10	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2

	Тема 2.4. Money (практикум)	-	10	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
Раздел 3. Marketing Strategies	Тема 3.1. Ethics (практикум) *<u>Культурно-творческое воспитание:</u> межкультурное профессиональное взаимодействие*	-	10	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 3.2. Change (практикум)	-	8	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 3.3. Marketing Strategies (практикум) *<u>Культурно-творческое воспитание:</u> осознание своего места и роли в будущей профессиональной деятельности*	-	10	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
Раздел 4.	Тема 4.1. Cultures	-	10	-	4	Повторение пройденного	-	Устный опрос,	УК-4.2

Leadership	(практикум) *<u>Культурно-творческое воспитание:</u> социальная значимость иноязычной культуры*					материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем		письменные домашние задания	
	Тема 4.2. Leadership (практикум) *<u>Культурно-творческое воспитание:</u> межкультурное профессиональное взаимодействие*	-	10	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 4.3. Competition in Marketing (практикум)	-	8	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания, выполнение контрольных заданий	УК-4.2
Форма промежуточной аттестации **Зачет с оценкой**		-	-	-	4	Подготовка к промежуточной аттестации в форме индивидуальной презентации, выполнение контрольных заданий	-	-	-
Итого		**-**	**96**	**4**	**44**	**-**			
		144							

Семестр изучения: **3**

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы					Промежуточная аттестация (в	Формы текущего контроля	Формируемые компетенции
		Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа				
		Лекции	Практические занятия	КСР	в часах	формы организации самостоятельной работы			
Раздел 5. Business vision for Marketing sphere	Тема 5.1. Innovations in Marketing (практикум)	-	8	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 5.2. Business and environment (практикум) *Культурно-творческое воспитание: осознание своего места и роли в будущей профессиональной деятельности*	-	10	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 5.3. Franchising (практикум)	-	10	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка	-	Устный опрос, письменные	УК-4.2
	Тема 5.4. Business communication (практикум) *Культурно-творческое воспитание: межкультурное профессиональное взаимодействие*	-	10	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2

Раздел 6. Insights Into Marketing	Тема 6.1. The nature of marketing (практикум)	-	10	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 6.2. Customer service (практикум) *<u>Культурно-творческое воспитание:</u> межкультурное профессиональное взаимодействие*	-	10	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 6.3. Team Building (практикум) *<u>Культурно-творческое воспитание:</u> социальная значимость иноязычной культуры*	-	10	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 6.4. Risk in Marketing (практикум)	-	10	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка	-	Устный опрос, письменные	УК-4.2
	Тема 6.5. Crisis Marketing (практикум)	-	10	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка	-	Устный опрос, письменные	УК-4.2
Форма промежуточной аттестации **Зачет**		-	-	-	2	Подготовка к промежуточной аттестации в форме индивидуальной презентации	-	-	-
Итого		**-**	**88**	**4**	**52**	**-**			
		144							

Семестр изучения: **4**

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы					Промежуточная аттестация в часах	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции
		Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа				
		Лекции	Практические занятия	КСР	В часах	Формы организации самостоятельной работы			
Раздел 7. Marketing for Global Companies	Тема 7.1. Globalization and Global Marketing (практикум) *Культурно-творческое воспитание: социальная значимость иноязычной культуры*	-	14	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 7.2. Marketing for Coca Cola Company (практикум)	-	14	-	6	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 7.3. Success in Marketing (практикум) *Культурно-творческое воспитание: межкультурное профессиональное взаимодействие*	-	14	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2

	Тема 7.4. Marketing for General Motors Company (практикум)	-	14	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 7.5. Failures (практикум)	-	12	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 7.6. Marketing for Microsoft Company (практикум)	-	12	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2
	Тема 7.7. Marketing for Virgin Group Company (практикум)	-	12	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем	-	Устный опрос, письменные домашние задания	УК-4.2

	Тема 7.8. Future of Marketing (практикум) *<u>Культурно-творческое воспитание:</u> осознание своего места и роли в будущей профессиональной деятельности*	-	12	-	4	Повторение пройденного материала, подготовка индивидуального вокабуляра по пройденной теме, работа со справочной литературой и словарем		Устный опрос, письменные домашние задания, выполнение контрольных заданий	УК-4.2
Форма промежуточной аттестации **Экзамен**		-	-	-	-	Подготовка к промежуточной аттестации в форме групповой презентации, выполнение контрольных заданий	**36**	-	-
Итого		**-**	**104**	**4**	**36**	**-**	**36**		
		180							
Всего		**-**	**344**	**16**	**180**	**-**	**36**		
		576							

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Global Marketing

Тема 1.1. Globalization

Обучающиеся изучают тему Глобализация. Способы и методы, приводящие к Глобализации. Изучают лексику по теме. Положительные и отрицательные последствия процесса глобализации, особенно в сфере дизайна. Изучают терминологию проведения телефонных переговоров.

Культурно-творческое воспитание: понимание социальной значимости иноязычной культуры происходит у обучающихся посредством анализа и дальнейшего обсуждения на иностранном языке темы глобализации, ее законов, а также особенности ведения международных переговоров.

Тема 1.2. Global Marketing

Обучающиеся изучают законы международного маркетинга; закономерности развития маркетинговой системы.

Культурно-творческое воспитание: понимание особенностей межкультурного профессионального взаимодействия происходит у обучающихся посредством коммуникации на иностранном языке с целью обсуждения проблем, связанных с именами ряда глобальных компаний, и путей их решения.

Тема 1.3. Product Promotion

Обучающиеся знакомятся с методами и средствами продвижения разного рода дизайна для различных целевых аудиторий, а также рынков различных стран.

Тема 1.4. Global Advertising

Обучающиеся знакомятся с различными видами рекламы, методами рекламирования. Учатся, как правильно проводить рекламную кампанию. Изучают фразы, необходимые для построения успешной презентации. Индивидуальная презентация по теме.

Тема 1.5. Branding

Обучающиеся знакомятся с темой на примере мировых марок: IBM, Coca-Cola, Disney. Обсуждают проблемы, связанные с пиратством и пути их решения. Изучение терминологии, необходимой для проведения деловых переговоров и собраний международного уровня.

Тема 1.6. Global Advertising Campaigns

Обучающиеся знакомятся с различными видами рекламных кампаний. Рассматривают примеры успешных и неудачных рекламных кампаний по всему миру.

Тема 1.7. Business Media

Обучающиеся знакомятся с различными видами средств массовой информации. Анализируют и определяют самые успешные и неудачные.

Раздел 2. Business Organization in terms of Marketing

Тема 2.1. Employment

Обучающиеся изучают наиболее важные факторы, необходимые для получения работы. Изучают способы успешного прохождения и проведения собеседования. Изучают терминологию, необходимую для проведения совещаний внутри компании. Виды резюме. Обучающиеся учатся составлять резюме.

Культурно-творческое воспитание: осознание своего места и роли в будущей профессиональной деятельности осуществляется путем анализа особенностей поиска работы, ведения переговоров на иностранном языке, проведения совещаний.

Тема 2.2. Trade

Обучающиеся знакомятся с различными видами торговли. Изучают особенности внешней и внутренней торговли. Знакомятся с правилами оформления аккредитива. Совершенствуют навыки ведения переговоров, изучают различные приёмы для достижения наиболее эффективного результата.

Тема 2.3. Organization

Обучающиеся знакомятся с видами компаний. Изучают приёмы, способствующие созданию благоприятной рабочей среды. Знакомятся с правилами и структурами общения в сфере бизнеса.

Культурно-творческое воспитание: формирование понимания особенностей межкультурного профессионального взаимодействия происходит посредством анализа различных типов компаний, особенностей выстраивания правил и структуры делового общения в профессиональной сфере.

Тема 2.4. Money

Знакомство с финансовыми отношениями в экономике и их графическим отражением. Обучение составлению и написанию отчетов**.**

Раздел 3. Marketing Strategies

Тема 3.1. Ethics

Знакомство с этикой в сфере бизнеса и различными нормами этикета. Обсуждение проблем коррупции и борьбы с ней. Обучающиеся изучают терминологию по данной теме, для нахождения выхода из сложных экономических ситуаций.

Культурно-творческое воспитание: межкультурное профессиональное взаимодействие происходит в сознании обучающихся благодаря анализу и дальнейшему обсуждению таких понятий, как этика, коррупция, экономическая ситуация и способы ее улучшения.

Тема 3.2. Change

Обучающиеся учатся выражать свои мысли по теме изменения. Как в повседневной жизни, так и в сфере бизнеса. Учатся правилам написания отчётов. Совершенствуют навыки проведения совещаний.

Тема 3.3. Marketing Strategies

Обучающиеся знакомятся с термином «Стратегия» в целом. Изучают виды стратегий и тактик, необходимых для достижения, поставленной цели. Изучают различия между термином стратегия и тактика. Развитие умений и навыков принятия решений. Рассматривают различные виды маркетинговых стратегий.

Культурно-творческое воспитание: осознание своего места и роли в будущей профессиональной деятельности формируется у обучающихся через понимание и различение понятий, проецированию своего понимания в отношении профессиональной сферы деятельности, осознанию сложности процесса принятия решений.

Раздел 4. Leadership

Тема 4.1. Cultures

Знакомство с культурами разных стран, поведением людей, их традициями и обычаями. Оценка и анализ их влияния на ведение бизнеса. Знакомство с особенностями ведения бизнеса с восточными деловыми партнерами. Разработка собственных стратегий в данной сфере.

Культурно-творческое воспитание: социальная значимость иноязычной культуры формируется в сознании обучающегося благодаря анализу и дальнейшему обсуждению особенностей культур разных стран, их различий и попытке самостоятельно разработать свою стратегию ведения бизнеса в иноязычном пространстве.

Тема 4.2. Leadership

Знакомство с мировыми лидерами в политике и экономике. Обсуждение качеств лидера, расширение лексики по теме. Студенты получают представление о навыках управления крупными, мировыми компаниями.

Культурно-творческое воспитание: формирование понимания о межкультурном профессиональном взаимодействии осуществляется благодаря анализу на иностранном языке успешности мировых лидеров и глобальных компаний.

Тема 4.3. Competition in Marketing

Обучающиеся знакомятся с экономическим термином «конкуренция» и ее видами. Изучают влияние конкуренции на состояние различных рынков. Рассматривают основные стратегии достижения конкурентоспособности. Обучающиеся разрабатывают свои собственные стратегические действия для преодоления препятствий в решении поставленных задач.

Раздел 5. Business vision for Marketing sphere

Тема 5.1. Innovations in Marketing

Обучающиеся знакомятся с различными изобретениями, преимущественно в сфере дизайна. Обсуждают необычные изобретения, используя лексику по данной теме. Рассматривают преимущества инноваций в сфере рынка. Изучают методы успешного представления информации в форме презентаций.

Тема 5.2. Business and environment

Обучающиеся изучают понятие окружающая среда во взаимосвязи с ведением бизнеса. Влияние различных компаний на состояние окружающей среды. Знакомятся с различными компаниями, которые вносят вклад в сохранение окружающей среды.

Культурно-творческое воспитание: осознание своего места и роли в будущей профессиональной деятельности происходит посредством анализа изменений в бизнес-сфере под воздействием изменений, происходящих в окружающей среде.

Тема 5.3. Franchising

Обучающиеся знакомятся с термином «франшизинг: выдача компанией лицензии на производство или продажу товара под её маркой (франшизы)». Изучают необходимую терминологию на примерах различных международных компаний. Находят примеры на Российском рынке.

Тема 5.4. Business communication

Обучающиеся знакомятся с терминологией и понятием бизнес этикета, для ведения деловых переговоров. Улучшают свои навыки общения в деловой среде.

Культурно-творческое воспитание: формирование понимания о межкультурном профессиональном взаимодействии происходит на примере совершенствования навыков коммуникации на иностранном языке с целью успешного ведения деловых переговоров.

Раздел 6. Insights Into Marketing

Тема 6.1. The nature of marketing

Обучающиеся знакомятся с понятием менеджмента, его значением. Обучающиеся знакомятся с терминологией, необходимой для описания черт положительного и отрицательного управленца.

Тема 6.2. Customer Service

Обучающиеся рассматривают систему обслуживания покупателей. Анализируют разницу между терминами «покупатель», «потребитель», «клиент». Изучают разницу систем обслуживания покупателей в России и заграницей.

Культурно-творческое воспитание: осознание успешности межкультурного профессионального взаимодействия происходит через устный обмен на иностранном языке идеями и мыслями по поводу стилей профессионального и бытового общения для решения проблем коммуникации.

Тема 6.3. Team Building

Обучающиеся изучают способы работы в команде, обсуждают идеи, как создать успешную команду. Изучают лексику по теме.

Культурно-творческое воспитание: формирование социальной значимости иноязычной культуры происходит на примере идей формирования команд, определения ролей в команде, успешности и результативности команды и каждого ее члена.

Тема 6.4. Risk in Marketing

Обучающиеся обсуждают виды повседневного риска и риска в бизнесе, а именно в маркетинговой сфере. Риск, который может быть получен в ходе процесса глобализации, а также процесса локализации.

Тема 6.5. Crisis Marketing

Обучающиеся обсуждают вопросы по теме кризис в системе маркетинга. Знакомятся с различными ситуациями, вызывающими кризис. Изучают пути решения выхода из кризиса. Изучают приемы запрашивания информации в сложных экономических ситуациях и грамотно отвечать на поставленные вопросы.

Раздел 7. Marketing for Global Companies

Тема 7.1. Globalization and Global Marketing

Обучающиеся изучают тему «Глобализация». Способы и методы, приводящие к Глобализации. Изучают лексику по теме. Положительные и отрицательные последствия процесса глобализации. Методы вхождения в мировой рынок.

Культурно-творческое воспитание: формирование понимания социальной значимости иноязычной культуры происходит в процессе анализа и обсуждения последствий процесса глобализации, особенностей международного рынка.

Тема 7.2. Marketing for Coca Cola Company

Обучающиеся знакомятся с историей создания компании, с ее основателями. Обсуждают преимущества и недостатки этой компании; ее маркетинговую политику.

Тема 7.3. Success in Marketing

Изучают лексику по теме «Успех». Знакомятся с терминологией на примере успешных компаний и людей. Совершенствуют навыки ведения переговоров. Изучают качества, которыми обладает успешный человек.

Культурно-творческое воспитание: понимание особенностей межкультурного профессионального взаимодействия происходит на примере анализа успешности ведения переговоров на иностранном языке, успешности человека, как личности и как бизнес единицы.

Тема 7.4. Marketing for General Motors Company

Изучают историю компании, занимаемое место на мировой арене, её конкурентоспособность на рынке и формулу успеха, место, занимаемое на Российском рынке; ее маркетинговую политику.

Тема 7.5. Failures

Обучающиеся изучают причины краха компаний. Пути выхода из сложных экономических ситуаций. Обзор рынков, которые обанкротились.

Тема 7.6. Marketing for Microsoft Company

Изучают историю компании, занимаемое место на мировом рынке, ее конкурентоспособность на рынке и формулу успеха, место, занимаемое на Российском рынке; ее маркетинговую политику.

Тема 7.7. Marketing for Virgin Group Company

Изучают историю компании, занимаемое место на мировой арене, её конкурентоспособность на рынке и формулу успеха, место, занимаемое на Российском рынке; ее маркетинговую политику.

Тема 7.8. Future of Marketing

Обучающиеся изучают причины, по которым компании становятся глобальными. Пути их расширения. Пытаются спрогнозировать экономическое и маркетинговое состояние страны в будущем.

Культурно-творческое воспитание: путем обсуждения на иностранном языке возможных направлений развития экономики страны и бизнеса, у обучающихся формируется осознание своего места и роли в будущей профессиональной деятельности.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

В рамках данной учебной дисциплины обучающиеся выполняют самостоятельную работу в виде повторения пройденного материала по всем изучаемым темам семи разделов, устно и письменно (письменные домашние работы) отвечают на вопросы для подготовки к текущему контролю в соответствующем семестре, а также готовятся к индивидуальным или групповым презентациям для прохождения промежуточной аттестации по дисциплине. Помимо этого, обучающийся осуществляет подготовку индивидуального вокабуляра по пройденной теме; работу со справочной литературой и словарем; работу над ошибками.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

На каждом занятии каждой темы всех разделов наряду с традиционными применяется технология проблемного обучения, а именно каждое занятие проводится в форме практикума.

При изучении данной дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Тема занятия	Вид образовательной технологии	Форма проведения занятия
Раздел 1. Global Marketing **Тема 1.1.** Globalization *Культурно-творческое воспитание: социальная значимость иноязычной культуры*	*Интерактивная технология*	*Деловая / ролевая игра*
Тема 1.2. Global Marketing *Культурно-творческое*	*Интерактивная технология*	*Case Study (разбор конкретных ситуаций)*

<u>воспитание:</u> *межкультурное профессиональное взаимодействие*		
Тема 1.3. Product Promotion	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 1.4. Global Advertising	*Интерактивная технология*	*Деловая / ролевая игра* *Case Study (разбор конкретных ситуаций)*
Тема 1.5. Branding	*Интерактивная технология*	*Деловая / ролевая игра* *Case Study (разбор конкретных ситуаций)*
Тема 1.6. Global Advertising Campaigns	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 1.7. Business Media	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Раздел 2. Business Organization in terms of Marketing **Тема 2.1.** Employment *<u>Культурно-творческое воспитание:</u>* *осознание своего места и роли в будущей профессиональной деятельности*	*Интерактивная технология*	*Деловая / ролевая игра*
Тема 2.2. Trade	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 2.3. Organization *<u>Культурно-творческое воспитание:</u>* *межкультурное профессиональное взаимодействие*	*Интерактивная технология*	*Case Study (разбор конкретных ситуаций)*
Тема 2.4. Money	*Интерактивная технология*	*Case Study (разбор конкретных ситуаций)*
Раздел 3. Marketing Strategies **Тема 3.1.** Ethics *<u>Культурно-творческое воспитание:</u>* *межкультурное профессиональное взаимодействие*	*Интерактивная технология*	*Case Study (разбор конкретных ситуаций)*
Тема 3.2. Change	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 3.3. Marketing Strategies *<u>Культурно-творческое воспитание:</u> осознание своего места и роли в будущей профессиональной деятельности*	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Раздел 4. Leadership	*Интерактивная*	*Деловая / ролевая игра*

Тема 4.1. Cultures *Культурно-творческое воспитание: социальная значимость иноязычной культуры*	*технология*	*Case Study (разбор конкретных ситуаций)*
Тема 4.2. Leadership *Культурно-творческое воспитание: межкультурное профессиональное взаимодействие*	*Интерактивная технология*	*Case Study (разбор конкретных ситуаций)*
Тема 4.3. Competition in Marketing	*Интерактивная технология*	*Деловая / ролевая игра* *Case Study (разбор конкретных ситуаций)*
Раздел 5. Business vision for Marketing sphere **Тема 5.1.** Innovations in Marketing	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 5.2. Business and environment *Культурно-творческое воспитание: осознание своего места и роли в будущей профессиональной деятельности*	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 5.3. Franchising	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 5.4. Business communication *Культурно-творческое воспитание: межкультурное профессиональное взаимодействие*	*Интерактивная технология*	*Case Study (разбор конкретных ситуаций)*
Раздел 6. Insights Into Marketing **Тема 6.1.** The nature of marketing	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 6.2. Customer service *Культурно-творческое воспитание: межкультурное профессиональное взаимодействие*	*Интерактивная технология*	*Case Study (разбор конкретных ситуаций)*
Тема 6.3. Team Building *Культурно-творческое воспитание: социальная значимость иноязычной культуры*	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 6.4. Risk in Marketing	*Интерактивная технология*	*Case Study (разбор конкретных ситуаций)*

Тема 6.5. Crisis Marketing	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Раздел 7. Marketing for Global Companies **Тема 7.1.** Globalization and Global Marketing *Культурно-творческое воспитание:* *социальная значимость иноязычной культуры*	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 7.2. Marketing for Coca Cola Company	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 7.3. Success in Marketing	*Интерактивная технология*	*Case Study (разбор конкретных ситуаций)*
Тема 7.4. Marketing for General Motors Company	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 7.5. Failures	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 7.6. Marketing for Microsoft Company	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 7.7. Marketing for Virgin Group Company	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*
Тема 7.8. Future of Marketing *Культурно-творческое воспитание: осознание своего места и роли в будущей профессиональной*	*Интерактивная технология*	*Case Study (разбор конкретных ситуаций)*

9. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

9.1. Формы контроля по дисциплине

Текущий контроль.

В процессе изучения учебной дисциплины обучающиеся участвуют в устных опросах, выполняют письменные домашние и контрольные задания. Результаты выполнения данных видов работ являются основанием для выставления оценок текущего контроля по учебной дисциплине. Выполнение всех заданий является обязательным для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все задания, не допускаются к сдаче экзаменов, зачетов и зачетов с оценкой по данной учебной дисциплине.

Промежуточная аттестация.

Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины учебным планом предусмотрен зачет в 1 и 3 семестрах обучения и зачет с оценкой во 2 семестре,

проводимые в форме индивидуальных презентаций по изученным темам, и экзамен в 4 семестре, проводимый в форме неподготовленного монологического высказывания по одной из предложенных тем, ответов на вопросы партнера или преподавателя после представленного монолога, групповой деловой презентации. При выставлении итоговых отметок учитывается активность обучающегося в рамках культурно-творческого направления воспитательной работы.

9.2. Оценочные материалы (оценочные средства) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Текущий контроль.

Оценочные материалы для текущего контроля по дисциплине: в течение семестра осуществляется поурочный контроль устных ответов (диалогов и монологов), аудирования, чтения и письменных (аудиторных и домашних) работ (заданий). Оценка выставляется за работу на каждом занятии, учитываются все виды речевой деятельности (аудирование, говорение, чтение, письмо), а также умение адекватно, по теме, ответить на вопросы в рамках устного опроса, вопросы которого представлены ниже. Оценка выставляется соответственно критериям оценивания.

Список вопросов для подготовки к текущему контролю в 1 семестре:

Формулировка вопросов к текущему контролю в 1 семестре полностью соответствует наименованию и содержанию заявленных тем.

Раздел 1. Global Marketing

1. What is Marketing?
2. What are characteristics of Marketing?
3. What is branding?
4. Why do we need brands?
5. What steps should a company take to create a new brand?
6. What is counterfeiting?
7. How can companies protect their brands from piracy?
8. What are the advantages of being the global Co?
9. What are the disadvantages of being the global Co?
10. What are the advantages of being the local Co?
11. What are the disadvantages of being the local Co?
12. What are the ways to globalization?
13. What is urgent: globalization or localization?
14. Which is the longest way to globalization?

15. Which is the fastest way to globalization?
16. Which is the longest way to glocalization?
17. Which is the fastest way to glocalization?

Список вопросов для подготовки к текущему контролю во 2 семестре:

Формулировка вопросов к текущему контролю во 2 семестре полностью соответствует наименованию и содержанию заявленных тем.

Раздел 2. Business organization in terms of Marketing

1. What are the advantages of being small Co?
2. What are the disadvantages of being small Co, if any?
3. Make an overview of advertising media and methods?
4. How to choose the best way to advertise a product?
5. They say, «Advertising is not a waste of money»? Do you agree?
6. Advantages of outdoor advertising over the commercials.
7. What is the difference between corporate and product advertising?
8. What methods of advertising are more effective in each case?
9. What are the most efficient methods of advertising?
10. What are the least efficient methods of advertising?
11. What makes a good advertising?
12. What are vivid examples of successful advertising? Why?
13. What are vivid examples of unsuccessful advertising? Why?

Раздел 3. Marketing Strategies

1. Give 10 examples of unethical business activities and dwell on them.
2. Speak on 10 ethical business activities.
3. What is the difference between a leader and a manager?
4. Explain negative consequences of unethical business activities the company can face.
5. What is corruption? What types of corruption can be in business?
6. What are the results of corruption for a country? Name and characterize 3 of them.
7. What strategies can be used inside a company to make it smaller? Name and characterize 6 of them.
8. What strategies can be used inside a company to make it bigger or more efficient? Name and characterize 6 of them.
9. Give 3 arguments for and 3 against a merger.
10. How can mergers affect the future development of the company?

Раздел 4. Leadership

1. Which is worse in your opinion: to offer or to accept a bribe?
2. Make a portrait of honest business person.
3. Make a portrait of dishonest business person.
4. What is the difference between a business person and an entrepreneur?
5. What are examples of well-known business strategies?
6. Differentiate the following business strategies: a takeover, a joint venture, a merger, an alliance.
7. Which of the strategies have more advantages over the others (a takeover, a joint venture, a merger, an alliance)?

Список вопросов для подготовки к текущему контролю в 3 семестре:

Формулировка вопросов к текущему контролю в 3 семестре полностью соответствует наименованию и содержанию заявленных тем.

Раздел 5. Business vision for Marketing sphere

1. What are 3 advantages of stating one's strategy in mission statement?
2. What are 3 disadvantages of stating one's strategy in mission statement?
3. What is the difference between mission and strategy? What is more significant for a company?
4. Give 5 reasons why people resist change and explain why.
5. What are 5 opinions of Jack Welch to change?
6. What are opinions of 5 business leaders to change?
7. What are main tips of successful business communication?
8. Give key elements that a leader of a company must consider introducing the change.
9. What should a leader of a company avoid introducing the change to the organization?
10. Innovations: good or evil?
11. How does business affect environment?
12. What are positive facets and difficulties of a small business?
13. What are pros and cons of a global business?

Раздел 6. Insights Into Marketing

1. When, in your opinion, does a business problem become a crisis?
2. How can a company understand that it has faced a crisis?
3. Highlight the key steps the company should take to predict or handle a crisis?
4. Is it possible for a company to defend its reputation after a crisis and regain confidence in its product?

5. How can communication in business be described?
6. What are the key qualities for a successful manager today?
7. How can unsuccessful manager be characterized?
8. If you're a manager, how would you describe your management style?
9. To your mind, what is the best management style for Russian companies and foreign ones?
10. Dwell on existing management styles.
11. Do you agree that managers and employees should decide together what goals to achieve?

Список вопросов для подготовки к текущему контролю в 4 семестре:

Формулировка вопросов к текущему контролю в 4 семестре полностью соответствует наименованию и содержанию заявленных тем.

Раздел 7. Marketing for Global Companies

1. Who is responsible for mistakes in companies?
2. What are the key steps for companies in crises?
3. E-commerce is becoming essential. Do you agree or disagree with that? Prove your point of view.
4. What are advantages of working in a team?
5. What are disadvantages of working in a team?
6. A team always needs a leader. Do you agree? Why/ why not?
7. Tension between team members makes a team more effective. Do you agree? Why/ why not?
8. Which qualities of a person would be useful for a team work?
9. Which qualities of a person would be useless for a team work?

Промежуточная аттестация по дисциплине.

Для оценки результатов обучения по дисциплине учебным планом в первом семестре предусмотрен зачет, проводимый в форме индивидуальной презентации по теме: "Company History".

Для оценки результатов обучения по дисциплине учебным планом во втором семестре предусмотрен зачет с оценкой, проводимый в форме индивидуальной презентации по теме: "Product Presentation".

Для оценки результатов обучения по дисциплине учебным планом в третьем семестре предусмотрен зачет, проводимый в форме индивидуальной презентации по теме: "Bank Presentation (Finance)".

Для оценки результатов обучения по дисциплине учебным планом в четвертом

семестре предусмотрен экзамен, проводимый в форме

1) неподготовленного монологического высказывания по одной из предложенных тем продолжительностью 1-2 минуты;

2) ответа на вопросы (3-5) партнера или преподавателя после представленного монолога;

3) групповой деловой презентации по теме “Multinational Company” (3-5 человек).

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

10. РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Для проведения занятий семинарского типа (практических занятий) по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук).

Для самостоятельной работы обучающихся используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Для проведения контроля самостоятельной работы по данной дисциплине используются аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью.

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук).

Перечень лицензионного программного обеспечения

№ п/п	Наименование	Тип ресурса
1	Microsoft Office	Лицензионное соглашение Microsoft - Open Value Subscription для решений Education Solutions №V8265046 Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» № /131 от 10.07.2020. Срок действия договора - бессрочный
2	Microsoft Windows	
3	Microsoft Visio	
4	Электронный словарь #ABBYY Lingvo 11 словарь 6 языков Volume License Concurent (21-50) #ABBYY Lingvo 11 словарь 6 языков	ООО "АБИ Софтвер" ТП ООО" Програм-е технологии" №88 от 31.10.2005 (постоянно действующая лицензия). Срок действия лицензии - бессрочный
5	КонсультантПлюс справочно-правовая система отечественного производства	ЛД ООО "КонсультантПлюс Тольятти" договор №251/02 от 01.01.2022 (ежегодно продлеваемый). Срок действия лицензии - бессрочный
6	Антивирус Касперского	СЛД АО «СофтЛайн Трейд» договор 291/Tr

	отечественного производства	от 28.12.2021, лицензия № 17Е0-220119-110841-733-2920. Срок действия договора до 11.02.2024

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

№ п/п	Наименование	
1	*Мультимедиа ПО*	*# Windows Media Player*
		# IrfanView
		# Java(TM) 6 Update 16
		# K-Lite Mega Codec Pack 5.6.1
		# Adobe Flash Player 10 Plugin
2	*Просмотрщик (viewer)*	*# Foxit Reader - Russian*
3	*Браузер*	*# Windows Internet Explorer 11*
		# Google Chrome

В соответствии с Положением о создании специальных условий для инвалидов и лиц с ОВЗ информационно-технологическая база образовательного процесса предусматривает использование материально-технических средств с учетом различных нозологий инвалидов и лиц с ОВЗ.

11. ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип	Количество в библиотеке
1	Cotton, D. Market Leader: Intermediate Business English [Текст]: Course Book / D. Cotton, D. Falvey, S. Kent. - 3rd ed. - [China]: Pearson, [2013]. - 176 p.	учебник	76
2	Cotton, D. Market Leader: Pre-Intermediate Business English [Текст]: Course Book / D. Cotton, D. Falvey, S. Kent. - 3rd ed. - Slovakia: Pearson, 2012. - 176 p. - В компл. с DVD-ROM.	учебник	114
3	Cotton, D. Market Leader: Pre-Intermediate Business English [Текст]: Practice File / D. Cotton, D. Falvey, S. Kent. - 3rd ed. - Slovakia: Pearson, 2012. - 110 p.	учебник	111
4	Маньковская, З. В. Деловой английский язык: ускоренный курс : учеб. пособие / З. В. Маньковская. - Москва : Инфра-М, 2022. - 159 с. - ЭБС Znanium. - ISBN 978-5-16-100395-4 (online). - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=399977	учебное пособие	ЭБС
5	Маньковская, З. В. Английский язык в ситуациях повседневного делового общения : учебное пособие / З.В. Маньковская. - Москва : Инфра-М, 2023. - 223. - ЭБС Znanium. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=422429	учебное пособие	ЭБС

11.2 Дополнительная литература

№ п/п	Библиографическое описание
1	Миньяр-Белоручева, А. П. Английский язык. Guides for advertising. Реклама в туризме: учебное пособие / А.П. Миньяр-Белоручева, М.Е. Покровская. - 2-е изд. - Москва : Инфра-М, 2022. - 176 с. - Текст : электронный. - ЭБС Znanium. - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=399447
2	Business Advantage. Intermediate [Текст]: Student's Book / A. Koester [и др.]. - UK: Cambridge University Press, 2012. - 192 p.
3	Birkin, J. Business Advantage. Intermediate [Текст]: Teacher's Book / J. Birkin. - UK: Cambridge University Press, 2012. - 152 p.
4	Rosenberg, M. Business Advantage. Intermediate [Текст]: Personal Study Book / Marjorie Rosenberg. - UK: Cambridge University Press, 2012. - 96 p.
5	Украинец, И. А. Иностранный язык (английский) в профессиональной деятельности : учебное пособие / И. А. Украинец. - Москва : РГУП, 2019. - 40 с. - ЭБС Znanium. - ISBN 978-5-93916-769-7. - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=364544
6	Дудник, Л. В. Решение деловых проблем на английском языке (коммуникативный аспект): учебное пособие / Л. В. Дудник, Т.С. Путиловская. - Москва : Инфра-М, 2022. - 127 с. - Текст : электронный. - ЭБС Znanium. - URL: https://znanium.com/catalog/document?pid=1856726
7	Cotton, D. Market Leader: Intermediate Business English [Текст]: Practice File / D. Cotton, D. Falvey, S. Kent. - New ed. - Malaysia: Pearson: Longman, 2012. - 110 p.

Периодические издания:

1. Актуальные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков : научный журнал. – URL: https://www.elibrary.ru/contents.asp?titleid=48918
2. Иностранные языки в высшей школе: научный журнал. – URL: https://www.elibrary.ru/contents.asp?titleid=32488 ; https://fljournal.rsu.edu.ru/
3. Современные исследования в области преподавания иностранных языков в неязыковом вузе: научный журнал. – URL: https://www.elibrary.ru/contents.asp?titleid=53404
4. Теория и практика иностранного языка в высшей школе: научный журнал. – URL: https://www.elibrary.ru/contents.asp?titleid=32864
5. Теория языка и межкультурная коммуникация: научный и профессиональный журнал. – URL: https://www.elibrary.ru/contents.asp?titleid=31955; https://tl-ic.kursksu.ru

11.3. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные библиотечные системы

1. ZNANIUM.COM: электронно-библиотечная система. – URL: http://znanium.com.
2. НЭИКОН: архив научных журналов. – URL: http://neicon.ru.
3. ЭБС ТАУ: электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://83.234.207.58/MarcWeb2/Default.asp

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение обучающимся дисциплины предполагает посещение практических занятий, выполнение практических заданий, выполнение заданий для самостоятельной работы. При подготовке к практическому занятию обучающемуся необходимо повторить пройденный материал по изучаемой теме, с целью быть готовым к устному опросу, а также предоставить выполненные письменные домашние задания. В рамках данной учебной дисциплины выделяется особая роль и значение самостоятельной деятельности обучающегося в процессе овладения языком. На всех этапах обучения обращается внимание на обучение обучающихся методике самообразования, которая позволяет им овладеть приемами извлечения информации из текстов, знакомит со способами ее передачи как в устном, так и в письменном виде, а также в форме делового письма, устных докладов, сообщений и презентаций.

Освоение дисциплины предполагает выполнение практических заданий (практики) во время контактной работы с преподавателем либо в часы самостоятельной работы. Все практические задания дисциплины предоставляются преподавателями во время занятий и размещаются в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Выполненные практические работы сдаются на проверку преподавателю одним из следующих способов: предоставление выполненного домашнего задания лично в руки преподавателю, отправка преподавателю на почтовый ящик. При отправке преподавателю выполненной работы по почте обучающемуся следует обеспечить личную идентификацию. Как правило, в теме или тексте письма указывается курс, ФИО обучающегося, дисциплина, тема, по которой выполнена работы. Отдельные практические работы могут быть проверены преподавателем непосредственно в аудитории.

Для закрепления приобретенных знаний, умений и навыков, для развития способностей к самообучению в дисциплине предусмотрена самостоятельная работа. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Для успешного выполнения самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется заранее ознакомиться с перечнем заданий и графиком ее выполнения. Подготовка к практическим занятиям с последующим участием в устном опросе предполагает: систематическое изучение аутентичного материала из учебников и источников дополнительной литературы; подготовку индивидуального вокабуляра по пройденной теме; работу со справочной литературой и словарем; работу над ошибками. В рамках данной учебной дисциплины обучающиеся выполняют самостоятельную

работу в виде повторения пройденного материала по всем изучаемым темам десяти разделов, устно и письменно (письменные домашние работы) отвечают на вопросы для подготовки к текущему контролю в соответствующем семестре, а также готовятся к индивидуальным или групповым презентациям для прохождения промежуточной аттестации по дисциплине.

Для выполнения практических заданий самостоятельной работы по данной дисциплине в домашних условиях (за пределами Академии) обучающемуся необходим персональный компьютер (планшет) и программный пакет Microsoft Office не ниже 10 версии. Самостоятельная работа сопровождается методическими указаниями, размещенными в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Методические указания содержат формулировку задания, примерную технологию выполнения, формат сдачи выполненной работы. Преподаватель во время аудиторных занятий заранее обсуждает с обучающимися задание самостоятельной работы и порядок ее сдачи. Консультации по выполнению самостоятельных работ, обсуждение отметок и допущенных ошибок, защита отдельных видов самостоятельных работ осуществляется во время КСР на кафедре управления и связей с общественностью или в аудитории по расписанию. Консультации преподавателя по выполнению самостоятельной работы могут осуществляться посредством асинхронного (почта, ЭИОС) и синхронного (zoom, сети) коммуникационного взаимодействия по предварительной договоренности с преподавателем. Выполняемые самостоятельные работы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении зачета, зачета с оценкой, экзамена.

Формой промежуточного контроля выступает зачет, зачет с оценкой, экзамен. Зачет, проводимый в форме индивидуальной презентации по изученной теме, выставляется в первом и третьем семестрах обучения. Для оценки результатов обучения по дисциплине учебным планом во втором семестре предусмотрен зачет с оценкой, проводимый в форме индивидуальной презентации по изученной теме. В четвертом семестре обучения предусмотрен экзамен, проводимый в форме неподготовленного монологического высказывания по одной из предложенных тем продолжительностью 1-2 минуты; ответа на вопросы (3-5) партнера или преподавателя после представленного монолога; групповой деловой презентации по изученной теме. Критерии выставления зачета, зачета с оценкой, экзамена озвучиваются преподавателем на первых занятиях по дисциплине.

13. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Составил:

Заведующий кафедрой иностранных языков
Н.А. Корнеева, к.п.н., доцент

(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой

Н.В. Никитина, д.э.н., доцент

(подпись)

Директор БИК
О.В. Балакина

(подпись)

Начальник ООУП
А.Ф. Финк

(подпись)