



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

**УТВЕРЖДАЮ**



/ Ю.Ю. Михальчевский

06 2021 года

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Иностранный язык**

Направление подготовки  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность программы (профиль)  
**Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе**

Квалификация выпускника  
**бакалавр**

Форма обучения  
**очная**

Санкт-Петербург  
2021

## **1. Цели освоения дисциплины (модуля)**

Целями освоения дисциплины «Иностранный язык» являются повышение исходного уровня владения английским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, а также овладение студентами 1 и 2 курса необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными коллегами, а также для дальнейшего самообразования.

Для достижения целей в рамках дисциплины решаются следующие задачи:

формирование и совершенствование слухо-произносительных навыков применительно к новому языковому и речевому материалу;

изучение основных законов структуры английского языка, его морфологии и синтаксиса;

коррекция и развитие навыков продуктивного использования основных грамматических форм и конструкций.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к маркетинговому, авторскому, организационному и проектному видам профессиональной деятельности.

## **2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «Иностранный язык» представляет собой дисциплину, относящуюся к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули)

Данная дисциплина базируется на среднем общем образовании обучающегося.

Дисциплина «Иностранный язык» является обеспечивающей для дисциплин: «Теория и практика рекламы» – Б1.0.15 и «Речевые коммуникации и копирайтинг в рекламе и связях с общественностью» - Б1.0.17.

Дисциплина изучается на 2 и 3 семестрах.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций (для ФГОС ВО 3++):

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, на государственном языке Российской Федерации и иностранному(ых) языке (ах).
ИД 1 (УК-4)	Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах с использованием современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации на государственном языке.
ИД 2 (УК-4)	Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах с использованием современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации не менее чем на одном иностранном языке.
ИД 3 (УК-4)	Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации.
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 1 (ОПК-1)	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
ИД 2 (ОПК-2)	Осуществляет подготовку текстов рекламы и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Планируемые результаты изучения дисциплины:

УК-4	<p><u>Знать:</u> орфографическую, фонетическую, лексическую и грамматическую норму современного русского и иностранного языков на выбор, систему стилей языка, единицы текста, основные композиционно-речевые формы и особенности их построения в устной и письменной речи, основы деловой речи и правила оформления документации.</p> <p><u>Уметь:</u> анализировать поверхностную и глубинные стороны текста, выявлять необходимую информацию, применять знания и нормы русского языка при выполнении устного перевода с иностранных языков.</p>
------	--

	<u>Владеть:</u> всеми видами речевой деятельности на русском и иностранных языках, навыками оформления деловой документации, формулами речевого этикета.
ОПК-1	<u>Знать:</u> типологию, цели, функции, специфику рекламных и PR-текстов. <u>Уметь:</u> формулировать уникальное торговое предложение, создавать информационный повод, структурировать и оптимизировать информацию в зависимости от цели написания текста и типа целевой аудитории. <u>Владеть:</u> стилями письменной речи, способами выражения эмоционального отношения в письменной речи.

#### 4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины «Иностранный язык» составляет 7 зачетных единиц, 252 академических часа

Наименование	Всего часов	Семестры	
		2	3
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	252	108	144
Контактная работа:	79	36,5	42,5
лекции	-	-	-
практические занятия	78	36	42
семинары	-	-	-
лабораторные работы	-	-	-
курсовой проект (работа)	-	-	-
Самостоятельная работа студента	156	63	93
Промежуточная аттестация	18	9	9
контактная работа	1	0,5	0,5
самостоятельная подготовка к промежуточной аттестации	17	8,5 Зачет с оценкой	8,5 Зачет с оценкой

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Соотнесение тем дисциплины и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-4	ОПК-1		
2 семестр					

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-4	ОПК-1		
<u>Тема 1.</u> Тема «At the airport» («В аэропорту»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 2.</u> Тема «Travelling by plane» («Путешествие на самолете»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 3.</u> Тема «Aviation Business». «World Air Companies» («Авиационный бизнес. Мировые авиакомпании»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 4.</u> Тема «Business appointment. Making an appointment» («Деловая встреча. Назначение деловой встречи»). Грамматика.	8	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 5.</u> «Airport and other Air Companies of Russia» («Аэрофлот и другие авиакомпании России»). Грамматика.	8	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 6.</u> Тема «Business Trip» («Деловая поездка»). Грамматика.	8	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 7.</u> Тема «Business Talk. Telephone Conversation» («Деловой разговор. Телефонная беседа»). Грамматика.	8	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 8.</u> Тема «Discussing a Contract» («Обсуждение контракта»). Грамматика.	5	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 9.</u> Тема «Target Audience» («Целевая аудитория»). Грамматика.	5		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 10.</u> Тема «General Requirements to Advertising» («Общие требования к рекламе»). Грамматика.	5		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 11.</u> Тема «Special features of Advertising» («Особые характерные черты рекламы»). Грамматика.	5		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-4	ОПК-1		
<u>Тема 12.</u> Тема «The main rules of Advertising» («Основные правила рекламирования»). Грамматика.	5		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 13.</u> Тема «Advertising Agencies» («Рекламные агентства»). Грамматика.	5	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 14.</u> Тема «Advertising on different modes of transport» («Реклама на разных видах транспорта»). Грамматика.	5		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 15.</u> Тема «Advertising on the Internet» («Реклама в Интернете»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 16.</u> Тема «Advertising and Public Relations» («Реклама и связи с общественностью»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 17.</u> Тема «Trade Fairs and Exhibitions» («Профессиональные ярмарки и выставки»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 18.</u> Тема «Applying for a job» («Подача заявления о приеме на работу»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
3 семестр					
<u>Тема 1.</u> Тема «Negotiations» («Переговоры»). Грамматика.	3 семестр	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 2.</u> Тема «Written Speech Patterns Used in Business Language» («Письменные речевые образцы, используемые в деловом языке»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 3.</u> Тема «The structure of Business Letter» («Структура делового письма»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 4.</u> Тема «Types of Public Relations Advertising» («Типы рекламы в PR»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-4	ОПК-1		
<u>Тема 5.</u> «Image building Advertising» («Престижная реклама»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 6.</u> Тема «Financial Advertising» («Финансовая реклама»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 7.</u> Тема «Public Service Advertising» («Реклама типа «обращение к обществу»»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 8.</u> Тема «Advocacy Advertising» («Разъяснительно-пропагандистская реклама»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 9.</u> Тема «Announcement Advertising» («Реклама по быстрому распространению важной информации в пользу фирмы»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 10.</u> Тема «Direct Mail» («Прямая реклама»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 11.</u> Тема «Outdoor Advertising» («Наружная реклама»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 12.</u> Тема «TV and radio Advertising» («Телевизионная реклама и радиореклама»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 13.</u> Тема «Newspaper and magazine advertising» («Газетно-журнальная реклама»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 14.</u> Тема «Mediatexts. Mediaproducts» («Медиатексты. Медиапродукты»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 15.</u> Тема «Basics of Business speech» («Основы деловой речи»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 16.</u> Тема «Speech-writing» («Написание речей»). «Styles of Speech-writing» («Стили письменной речи»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-4	ОПК-1		
<u>Тема 17.</u> Тема «Purposes, functions and specific features of advertising and PR texts» («Цели, функции и специфика рекламных и PR текстов»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 18.</u> Тема «Business correspondence» («Деловая переписка»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 19.</u> Тема «Conversational formulas in Speech Etiquette» («Разговорные формулы в речевом этикете»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 20.</u> Тема «News release/Press release» («Пресс-релиз/Сообщение для печати»). Грамматика.	4	+		ПЗ СРС	У, Т, Дс
<u>Тема 21.</u> Тема «Slogan» («Слоган»). Грамматика.	4		+	ПЗ СРС	У, Т, Дс
Итого по дисциплине	234				
Промежуточная аттестация	18				
Всего по дисциплине (модулю)	252				

Сокращения: ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, У – устный опрос, Т – тест, Дс – дискуссии.

## 5.2. Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы дисциплины по модулю	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
2 семестр						
Тема 1. «At the airport»		2		2		4
Тема 2. «Travelling by plane»		2		2		4

Наименование темы дисциплины по модулю	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 3. «Aviation Business World Air Companies»		2		2		4
Тема 4. «Business appointment. Making an appointment».		2		6		8
Тема 5. «Aeroflot and other Air Companies of Russia».		2		6		8
Тема 6. «Business trip».		2		6		8
Тема 7. «Business Talk. Telephone Conversation».		2		6		8
Тема 8. «Discussing a Contract».		2		3		5
Тема 9. «Target Audience».		2		3		5
Тема 10. «General Requirements to Advertising».		2		3		5
Тема 11. «Special features of Advertising».		2		3		5
Тема 12. «The main Rules of Advertising».		2		3		5
Тема 13. «Advertising Agencies».		2		3		5
Тема 14. «Advertising on different modes of transport».		2		3		5
Тема 15. «Advertising in the Internet».		2		2		4
Тема 16. «Advertising and Public Relations».		2		2		4
Тема 17. «Trade Fairs and Exhibitions».		2		2		4
Тема 18. «Applying for a job».		2		2		4
Итого за 2 семестр		36		63		99
3 семестр						
Тема 1. «Negotiations».		2		2		4
Тема 2. «Written Spech Patterns Used in Business Language».		2		2		4
Тема 3. «The structure of Business Letter»		2		2		4
Тема 4. «Types of PR Advertising».		2		2		4
Тема 5. «Imagebuilding Advertising».		2		2		4
Тема 6. «Financial Advertising».		2		2		4
Тема 7. «Public Service Advertising».		2		2		4
Тема 8. «Advocacy Advertising».		2		2		4

Наименование темы дисциплины по модулю	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 9. «Announcement Advertising».		2		2		4
Тема 10. «Direct Mail».		2		2		4
Тема 11. «Outdoor Advertising».		2		2		4
Тема 12. «TV & Radio Advertising».		2		2		4
Тема 13. «Newspaper & magazine Advertising».		2		2		4
Тема 14. «Mediatexts. Mediaproducts».		2		2		4
Тема 15. «Basics of Business speech».		2		2		4
Тема 16. «Speech-writing».		2		2		4
Тема 17. «Purposes, functions and specific features of advertising and PR texts».		2		2		4
Тема 18. «Business correspondence».		2		2		4
Тема 19. «Conversational formulas in Speech Etiquette».		2		2		4
Тема 20. «News release/Press release».		2		2		4
Тема 21. «Slogan».		2		2		4
Итого за 3 семестр		42		93		135
Итого за 2 и 3 семестр						234
Промежуточная аттестация						
Итого по дисциплине (модулю)						252

### 5.3. Содержание дисциплины (модуля)

#### 2 семестр.

##### Тема 1. At the airport.

- Фонетика. Артикль.
- Специфика артикуляции английский звуков, интонации и ритма речи в изучаемом языке. Чтение транскрипции.
- Английский алфавит. Чтение гласных букв в открытом слоге.
- Понятие об артикле. Неопределенный артикль.
- Общие сведения о простом предложении.

## **Тема 2. Travelling by plane.**

Правила чтения. Чтение гласных в закрытом слоге. Отсутствие артикля перед существительными с последующим числительным. Количественные числительные. 4 основных формы глагола (общая информация). 1-ая форма глагола – инфинитив. Утвердительная форма повелительного наклонения.

## **Тема 3. Aviation Business. World Air Companies.**

- Глагол «to be».
- Правила чтения букв и сочетаний.
- Определенный артикль. Указательные местоимения.
- Глагол «to be». Простые нераспространенные предложения.

## **Тема 4. Business Appointment. Making an Appointment.**

- Имя существительное.
- Правила чтения букв и сочетания.
- Род и число имен существительных.
- Личные местоимения и их роль в предложении.
- Общие и специальные вопросы с глаголом «to be».

## **Тема 5. Aeroflot and other Air Companies of Russia.**

- Грамматика.
- Правила чтения. Интонация чтения различных типов предложений.
- Альтернативные вопросы с глаголом «to be».
- Отрицательная форма повелительного наклонения.

## **Тема 6. Business Trip.**

- Предлоги направления и движения
- Притяжательный падеж имен существительных.
- Предлоги направления и движения.

## **Тема 7. Business Talk. Telephone Conversation.**

- Грамматика.
- Правила чтения.
- Притяжательные местоимения. Значение предлога «of» в английском языке.
- Сложные количественные числительные.
- Глагол «to have».

### **Тема 8. Discussing a Contract.**

- Простое настоящее время (утвердительная, вопросительная, отрицательные формы).

### **Тема 9. Target Audience.**

- Специальные вопросы к группе подлежащего.
- Правила чтения. Итоговая таблица 2-х типов чтения гласных в ударных слогах.
- Специальные вопросы к группе подлежащего.
- Место наречий в предложении.

### **Тема 10. General Requirements to Advertising.**

- Грамматика: 4 основные формы глагола (общая информация). 2ая форма глаголов. Глаголы «to be», «to have» в простом настоящем времени.

### **Тема 11. Special features of advertising.**

- Разговорные формулы: «Forms of Address».

### **Тема 12. The main rules of Advertising.**

- Грамматика: 4 основные формы глагола. 3 и 4 формы глагола. Таблица неправильных глаголов. Конструкция «There is (are)...». Количественные прилагательные. Объектный падеж личных местоимений и их соответствие русским падежам.

### **Тема 13. Advertising Agencies.**

- Разговорные формулы: «Attracting Attention».

### **Тема 14. Advertising on different modes of transport.**

- Грамматика: 4 основные формы глагола и их функции. Модальные глаголы «can», «may», «must». Порядковые числительные. Обстоятельство цели, выраженное инфинитивом.

### **Тема 15. Advertising in the Internet.**

- Разговорные формулы: «Introductions and Conversation Openings».

### **Тема 16. Advertising and Public Relations.**

- Грамматика: Система времен английского языка. Актив и пассив (общее понятие). Простое прошедшее время. Неопределенные местоимения. Именные безличные предложения. Сложносочиненные предложения.

### **Тема 17. Trade Fairs and Exhibitions.**

- Разговорные формулы: «Greetings».

### **Тема 18. Applying for a job.**

- Грамматика: Разница в употреблении простого настоящего и настоящего продолженного времен; простого прошедшего и прошедшего продолженного времен.

- Словообразование: суффиксы имен существительных «-er(or)»; «-ee»; «-ist»; «-eer(ier)»; «-ess»

## **3 семестр.**

### **Тема 1. Negotiations.**

- Разговорные формулы: «Leave-talking».  
- Грамматика. «Прямая и косвенная речь».

### **Тема 2. Written Speech Patterns used in Business language.**

- Грамматика: Простые формы причастий, их употребление, функции. Времена группы «Perfect». Дополнительные придаточные предложения.  
- Словообразование: суффиксы прилагательных «-able», «-ful», «-less».

### **Тема 3. The structure of Business Letter.**

- Разговорные формулы: «Congratulatory and Wishes».

### **Тема 4. Types of PR Advertising.**

- Грамматика: Будущие времена. Употребление настоящего продолженного времени в значении будущего.

- Словообразование: суффикс имен существительных «-ness» и бессуффиксальный способ образования.

### **Тема 5. Image-building Advertising.**

- Разговорные формулы: «Request. Asking Permission».

### **Тема 6. Financial Advertising.**

- Грамматика: Времена группы Perfect в активном и пассивном залогах. Согласование времен.
- Словообразование: суффикс существительных от глаголов «-(t)ion»; «-ment».

### **Тема 7. Public Service Advertising.**

- Разговорные формулы: «Apologies».

### **Тема 8. Advocacy Advertising.**

- Грамматика: Дополнительные придаточные предложения, вводимые союзами «that», «what», «if», «whether». Прямая и косвенная речь. Придаточные предложения причины.
- Словообразование: префиксы с отрицательным значением «un-», «in-», «dis», «mis-», «non».

### **Тема 9. Announcement Advertising.**

- Разговорные формулы: «Suggestions. Advice».
- Грамматика. «Обзор базовых грамматических имен».

### **Тема 10. Direct Mail.**

- Грамматика: Эквиваленты модальных глаголов «to be able to...»; «to have to...»; «to be to...». Безличные глаголы «to rain»; «to snow». Сравнительные конструкции имен прилагательных.
- Словообразование: существительные с суффиксами «-ance(ence)».

### **Тема 11. Outdoor Advertising.**

- Разговорные формулы: «Appointments. Invitations».

## **Тема 12. TV and Radio Advertising.**

- Грамматика: Степени сравнения прилагательных и наречий. Вопросительно-отрицательные предложения. Система времен в английском языке. Стандартный порядок слов в английском утвердительном, вопросительном и отрицательном предложениях со сказуемым в разных видовременных формах.
- Словообразование: суффикс наречий «-ly».

## **Тема 13. Newspaper and Magazine Advertising.**

- Разговорные формулы: «Offers. Warnings».

## **Тема 14. Mediatexts. Mediaproducts.**

- Грамматика: Употребление настоящего времени в значении будущего в условных и временных придаточных предложениях.

## **Тема 15. Basics of Business Speech.**

- Грамматика: Модальные глаголы и их заменители.

## **Тема 16. Speech-writing.**

- Грамматика: Различные формы инфинитива, употребляемые после модальных глаголов. Разница в значении неопределенных местоимений «each», «every». Предлоги времени.
- Словообразование: суффиксы глаголов «-ize(ise)»; «-fly»; «-ate»; «-ew».

## **Тема 17. Purposes, functions and specific features of advertising and PR texts.**

- Разговорные формулы: «Reproach. Complaint».

## **Тема 18. Business Correspondence.**

- Грамматика: Определительные придаточные предложения.
- Словообразование: префиксы выражающие отношение места, времени, степени «out-», «extra-», «ultra», «trans-», «over-», «super-», «under-», «sub-», «inter-», «pre-», «post-».

## **Тема 19. Conversational formulas in Speech Etiquette.**

- Разговорные формулы: «Agreement and Disagreement».

## Тема 20. News release/Press release.

- Грамматика: Производные местоимения и наречия. оборот «Объектный падеж с инфинитивом».
- Словообразование: префиксы «re-», «co-», «ex-», «pro-».

## Тема 21. Slogan.

- Разговорные формулы: «Approval and Disapproval».

### 5.4. Практические занятия (семинары)

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
2 семестр		
1	Практическое занятие № 1. At the airport. Фонетика. Артикль.	2
2	Практическое занятие № 2. Travelling by plane. Правила чтения.	2
3	Практическое занятие № 3. Aviation Business. World Air Companies. Глагол «to be».	2
4	Практическое занятие № 4. Business Appointment. Making an Appointment. Имя существительное.	2
5	Практическое занятие № 5. Aeroflot and other Air Companies of Russia. Грамматика.	2
6	Практическое занятие № 6. Business Trip. Предлоги направления и движения.	2
7	Практическое занятие № 7. Business Talk. Telephone Conversation. Грамматика.	2
8	Практическое занятие № 8. Discussing a Contract. Простое настоящее время.	2
9	Практическое занятие № 9. Target Audience. Специальные вопросы к группе подлежащего.	2
10	Практическое занятие № 10. General Requirements to Advertising. Грамматика.	2
11	Практическое занятие № 11. Special features of advertising.	2
12	Практическое занятие № 12. The main rules of Advertising. Грамматика.	2
13	Практическое занятие № 13. Разговорная тема: Advertising Agencies.	2

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
14	Практическое занятие № 14. Advertising on different modes of transport. Грамматика.	2
15	Практическое занятие № 15. Advertising in the Internet.	2
16	Практическое занятие № 16. Advertising and Public Relations. Грамматика.	2
17	Практическое занятие № 17. Trade Fairs and Exhibitions.	2
18	Практическое занятие № 18. Applying for a job. Грамматика.	2
Итого за семестр		36
3 семестр		
1	Практическое занятие № 1. Negotiations.	2
2	Практическое занятие № 2. Written Speech Patterns used in Business language. Грамматика.	2
3	Практическое занятие № 3. The structure of Business Letter.	2
4	Практическое занятие № 4. Types of PR Advertising. Грамматика.	2
5	Практическое занятие № 5. Image-building Advertising.	2
6	Практическое занятие № 6. Financial Advertising. Грамматика.	2
7	Практическое занятие № 7. Public Service Advertising.	2
8	Практическое занятие № 8. Advocacy Advertising. Грамматика.	2
9	Практическое занятие № 9. Announcement Advertising.	2
10	Практическое занятие № 10. Direct Mail. Грамматика.	2
11	Практическое занятие № 11. Outdoor Advertising.	2
12	Практическое занятие № 12. TV and Radio Advertising. Грамматика.	2
13	Практическое занятие № 13. Newspaper and Magazine Advertising. Грамматика.	2
14	Практическое занятие № 14. Mediatexts. Mediaproducts. Грамматика.	2
15	Практическое занятие № 15. Basics of Business Speech.	2

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
16	Практическое занятие № 16. Speech-writing. Грамматика.	2
17	Практическое занятие № 17. Purposes, functions and specific features of advertising and PR texts.	2
18	Практическое занятие № 18. Business Correspondence. Грамматика.	2
19	Практическое занятие № 19. Conversational formulas in Speech Etiquette.	2
20	Практическое занятие № 20. News release/Press release. Грамматика.	2
21	Практическое занятие № 21. Slogan.	2
Итого за семестр		42
Итого по дисциплине (модулю)		78

### 5.5. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

### 5.6. Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Всего часов
2 семестр		
1-2	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) с соблюдением правильного произношения и деления предложения на смысловые синтагмы и их правильного интонационного оформления. [1, 3]</li> <li>2 Работа со словарями и справочниками. [4]</li> <li>3 Использование аудио и/или видеозаписи.</li> <li>4 Повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и аудиозаписи). [1, 3]</li> <li>5 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]</li> <li>6 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</li> <li>7 Подготовка к устному опросу и тесту.</li> </ol>	12

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Всего часов
3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) с соблюдением правильного произношения и деления предложения на смысловые синтагмы и их правильного интонационного оформления. [1, 3]</li> <li>2 Работа со словарями и справочниками. [4]</li> <li>3 Использование аудио и/или видеозаписи.</li> <li>4 Повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и аудиозаписи). [1, 3]</li> <li>5 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]</li> <li>6 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</li> <li>7 Подготовка к устному опросу и тесту.</li> </ol>	12
4-7	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) с соблюдением правильного произношения и деления предложения на смысловые синтагмы и их правильного интонационного оформления. [1, 3]</li> <li>2 Работа со словарями и справочниками. [4]</li> <li>3 Использование аудио и/или видеозаписи.</li> <li>4 Повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и аудиозаписи). [1, 3]</li> <li>5 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]</li> <li>6 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</li> <li>7 Подготовка к устному опросу и тесту.</li> </ol>	15
8-14	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) с соблюдением правильного произношения и деления предложения на смысловые синтагмы и их правильного интонационного оформления. [1, 3]</li> <li>2 Работа со словарями и справочниками. [4]</li> <li>3 Использование аудио и/или видеозаписи.</li> <li>4 Повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и аудиозаписи). [1, 3]</li> <li>5 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]</li> </ol>	12

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Всего часов
	6 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 7 Подготовка к устному опросу и тесту.	
15-18	1 Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) с соблюдением правильного произношения и деления предложения на смысловые синтагмы и их правильного интонационного оформления. [1, 3] 2 Работа со словарями и справочниками. [4] 3 Использование аудио и/или видеозаписи. 4 Повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и аудиозаписи). [1, 3] 5 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 6 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 7 Подготовка к устному опросу и тесту.	12
Итого за семестр		63
3 семестр		
1-5	1 Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) с соблюдением правильного произношения и деления предложения на смысловые синтагмы и их правильного интонационного оформления. [1, 3] 2 Работа со словарями и справочниками. [4] 3 Использование аудио и/или видеозаписи. 4 Повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и аудиозаписи). [1, 3] 5 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 6 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 7 Подготовка к устному опросу и тесту.	18
5-10	1 Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) с соблюдением правильного произношения и деления предложения на смысловые синтагмы и их правильного интонационного оформления. [1, 3] 2 Работа со словарями и справочниками. [4] 3 Использование аудио и/или видеозаписи.	18

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Всего часов
	4 Повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и аудиозаписи). [1, 3] 5 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 6 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 7 Подготовка к устному опросу и тесту.	
11-15	1 Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) с соблюдением правильного произношения и деления предложения на смысловые синтагмы и их правильного интонационного оформления. [1, 3] 2 Работа со словарями и справочниками. [4] 3 Использование аудио и/или видеозаписи. 4 Повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и аудиозаписи). [1, 3] 5 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 6 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 7 Подготовка к устному опросу и тесту.	23
16-19	1 Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) с соблюдением правильного произношения и деления предложения на смысловые синтагмы и их правильного интонационного оформления. [1, 3] 2 Работа со словарями и справочниками. [4] 3 Использование аудио и/или видеозаписи. 4 Повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и аудиозаписи). [1, 3] 5 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 6 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 7 Подготовка к устному опросу и тесту.	18
20-21	1 Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы) с соблюдением правильного произношения и деления предложения на смысловые	16

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Всего часов
	<p>синтагмы и их правильного интонационного оформления. [1, 3]</p> <p>2 Работа со словарями и справочниками. [4]</p> <p>3 Использование аудио и/или видеозаписи.</p> <p>4 Повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и аудиозаписи). [1, 3]</p> <p>5 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]</p> <p>6 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>7 Подготовка к устному опросу и тесту.</p>	
Итого за семестр		93

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **а) основная литература:**

1. Бонк Н.А. Английский шаг за шагом: Учеб.для вузов.Реком.Минобр.РФ [Текст]. Т.1 / В 2 т. / Н.А. Бонк, И.И. Левина, И.А. Бонк. – М.: Росмэн, 2006. – 558 с. Количество экземпляров – 150.

2. Новый деловой английский: Учеб.англ.яз. [Текст] / Дарвская В.Г. и др. – М.: Вече, 2008. – 672с. Количество экземпляров – 10.

3. Ходырева Е. Б. Advertising Public Relations manual, учебно-методическое пособие/Е.Б. Ходырева, Н.В. Капитула. – ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2020 – 41с. – Текст электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/144836> (дата обращения: 20.01.2021)

### **б) дополнительная литература:**

4. Методика обучения иностранному языку: учебник и практикум для академического бакалавриата / О. И. Трубицина [и др.]; под ред. О. И. Трубициной. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 384 с. — (Серия: Образовательный процесс). — ISBN 978-5-534-09404-6. — Режим доступа:[www.biblio-online.ru/book/D968D34F-16B7-41E0-941E-1E299287B3BB](http://www.biblio-online.ru/book/D968D34F-16B7-41E0-941E-1E299287B3BB).

5. Чиронова, И. И. Английский язык для журналистов: учебник для академического бакалавриата / И. И. Чиронова, Е. В. Кузьмина. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 471 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3530-1. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/0A53919C-E842-44E8-B22E-A5DD4439AF76](http://www.biblio-online.ru/book/0A53919C-E842-44E8-B22E-A5DD4439AF76).

6. Поплавская, Т. В. Английский язык. Проблемы коммуникации: учебное пособие для вузов / Т. В. Поплавская, Т. А. Сысоева. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 175 с. — (Серия: Университеты России). — ISBN 978-5-534-07461-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/822927F5-979F-4999-BF65-1AB29AA8AAD0](http://www.biblio-online.ru/book/822927F5-979F-4999-BF65-1AB29AA8AAD0).

**в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

7. Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

8. Журнал «Вопросы философии» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vphil.ru/>, свободный (дата обращения: 20.01.2021).

9. Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 20.01.2021).

10. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный (дата обращения: 20.01.2021).

11. Aviation Explorer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 20.01.2021).

12. Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 20.01.2021).

**г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

13. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.window.edu.ru/>, свободный (дата обращения: 20.01.2021).

14. Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 20.01.2021).

15. Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 20.01.2021).

16. Научно-информационное пространство Социанет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 20.01.2021).

17. Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 20.01.2021).

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения.	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3
Иностранный язык	<p>Ауд. 507а для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Доска меловая, проектор, экран, ноутбук, 1 – стол преподавательский, 9 – парт двухместных со скамейкой, 18 – посадочных мест, комплект плакатов неправильных глаголов, наглядные пособия – плакаты.</p>	196210, г. Санкт-Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А
	<p>Ауд. 509а для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p>	

	<p>Доска меловая, доска маркерная, проектор (Benq), экран, ноутбук, 1 – стол преподавательский, 8 – парт двухместных со скамейкой, 16 – посадочных мест, комплект плакатов неправильных глаголов, наглядные пособия – плакаты.</p>	
	<p>Ауд. 512 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Доска меловая, доска маркерная, проектор (Acer), ноутбук, экран, 1 – стол преподавательский, 15 – парт двухместных со скамейкой, 30 – посадочных мест, комплект плакатов неправильных глаголов, наглядные пособия – плакаты.</p>	
	<p>Ауд. 518 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Доска меловая, доска маркерная, проектор (Benq), ноутбук, экран, 1 – стол преподавательский, 10 – парт двухместных со скамейкой, 20 – посадочных мест, комплект плакатов неправильных глаголов, наглядные пособия – плакаты.</p>	
	<p>Ауд. 520 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Доска меловая, доска маркерная, проектор (Sanyo), ноутбук, 2 – стола преподавательских, 10 – парт</p>	

	<p>двухместных со стулом, 13 – посадочных мест, комплект плакатов неправильных глаголов, наглядные пособия – плакаты.</p>	
	<p>Ауд. 508 «Секция русского языка. Русский как иностранный».</p> <p>Доска меловая, доска маркерная, проектор (Sanyo), ноутбук, 1 – стол преподавательский, 8 – парт двухместных, 16 – посадочных мест, комплект плакатов неправильных глаголов, наглядные пособия – плакаты.</p> <p>Ауд. 507а для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Доска меловая, проектор, экран, ноутбук, 1 – стол преподавательский, 9 – парт двухместных со скамейкой, 18 – посадочных мест, комплект плакатов неправильных глаголов, наглядные пособия – плакаты.</p>	

## 8. Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Иностранный язык» предполагает использование следующих образовательных технологий: практические занятия, самостоятельная работа студента.

**Практические занятия** по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий – закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобретение начальных практических

навыков межличностной коммуникации. Семинар предназначен для более глубоко освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины.

**Самостоятельная работа** студента (обучающегося) является основной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий.

Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4 (по указанию преподавателя). Контроль выполнения заданий, выносимых на самостоятельную работу, осуществляет преподаватель в рамках учебных часов, отведенных учебным планом на практическое занятие.

## **9. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)**

Фонд оценочных средств дисциплины «Иностранный язык» представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций, обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств являются осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме экзамена.

Фонд оценочных средств дисциплины «Иностранный язык» включает: устные опросы и тесты, дискуссии.

**Устный опрос** проводится на каждом семинаре в течение 5-10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, изложенного на лекции. Перечень вопросов определяется вопросами, изученными на лекции (пункт 5.1.).

**Тест** – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося (пункт 5.1.).

**Дискуссия** – целенаправленный и упорядоченный обмен идеями, суждениями, мнениями в группе ради формирования мнения каждым

участником или поиска истины. Проводится в процессе проблемной лекции (пункт 5.1.).

**Промежуточная аттестация** проводится в виде зачета с оценкой в конце 2, 3 семестров.

Зачет с оценкой позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период обучения дисциплины. Зачет с оценкой предполагает ответы на теоретические вопросы и решение задач.

К моменту сдачи зачета с оценкой должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает посещаемость, активность студентов на занятиях, правильность ответов во время устных опросов, выполнения самостоятельных заданий.

### 9.1. Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

#### 2 семестр

Тема /вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
Практическое занятие № 1. At the airport.	2	3	1	
Практическое занятие № 2. Travelling by plane.	2	5	1	
Практическое занятие № 3. Aviation Business. World Air Companies.	2	3	2	
Практическое занятие № 4. Business Appointment. Making an Appointment.	3	5	3	
Практическое занятие № 5. Aeroflot and other Air Companies of Russia.	2	3	4	
Практическое занятие № 6. Business Trip.	3	5	5	

Тема /вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примеч ание
	минимал ьное значени е	максим альное значен ие		
Практическое занятие № 7. Business Talk. Telephone Conversation.	2	3	6	
Практическое занятие № 8. Discussing a Contract.	3	5	7	
Практическое занятие № 9. Target Audience.	2	3	8	
Практическое занятие № 10. General Requirements to Advertising.	3	5	9	
Практическое занятие № 11. Special features of advertising.	3	3	10	
Практическое занятие № 12. The main rules of Advertising.	3	5	11	
Практическое занятие № 13. Advertising Agencies.	2	3	12	
Практическое занятие № 14. Advertising on different modes of transport.	3	5	13	
Практическое занятие № 15. Advertising in the Internet.	2	3	14	
Практическое занятие № 16. Advertising and Public Relations.	3	4	15	
Практическое занятие № 17. Trade Fairs and Exhibitions.	2	3	16	
Практическое занятие № 18. Applying for a job.	3	4	17	
Итоги по обязательным видам занятий	45	70		
ЗаО	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				

Тема /вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
Количество баллов по БРС	Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)			
90 и более	5 - «отлично»			
75÷89	4 - «хорошо»			
60÷74	3 - «удовлетворительно»			
менее 60	2 - «неудовлетворительно»			

### 3 семестр

Тема /вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
Практическое занятие № 1. Negotiations.	2	3	1	
Практическое занятие № 2. Written Speech Patterns used in Business language.	2	3	1	
Практическое занятие № 3. The structure of Business Letter.	2	4	2	
Практическое занятие № 4. Types of PR Advertising.	2	4	2	
Практическое занятие № 5. Image-building Advertising.	2	4	3	
Практическое занятие № 6. Financial Advertising.	2	3	3	
Практическое занятие № 7. Public Service Advertising.	2	3	4	
Практическое занятие № 8. Advocacy Advertising.	2	3	4	

Тема /вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядков ый номер недели с начала семестра)	Примеч ание
	минимал ьное значени е	максима льное значени е		
Практическое занятие № 9. An- nouncement Advertising.	2	3	5	
Практическое занятие № 10. Direct Mail.	2	4	6	
Практическое занятие № 11. Out- door Advertising.	2	4	7	
Практическое занятие № 12. TV and Radio Advertising.	2	3	8	
Практическое занятие № 13. News- paper and Magazine Advertising.	2	3	9	
Практическое занятие № 14. Media- texts. Mediaproducts.	3	4	9	
Практическое занятие № 15. Basics of Business Speech.	3	3	10	
Практическое занятие № 16. Speech-writing.	3	3	10	
Практическое занятие № 17. Pur- poses, functions and specific features of advertising and PR texts.	2	3	11	
Практическое занятие № 18. Busi- ness Correspondence.	2	3	12	
Практическое занятие № 19. Con- versational formulas in Speech Eti- quette.	2	3	12	
Практическое занятие № 20. News release/Press release.	2	4	13	
Практическое занятие № 21. Slo- gan.	2	3	14	
Итоги по обязательным видам занятий	45	70		
ЗаО	15	30		

Тема /вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядков ый номер недели с начала семестра)	Примеч ание
	минимал ьное значени е	максима льное значени е		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС	Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)			
90 и более	5 - «отлично»			
75÷89	4 - «хорошо»			
60÷74	3 - «удовлетворительно»			
менее 60	2 - «неудовлетворительно»			

## 9.2. Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Иностранный язык» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- заслушивание и оценка докладов по вопросам тем практических занятий;
- проведение устных опросов (пункт 5.1.);
- тестирование (пункт 5.1.).

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме Зачета с оценкой.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в ГУГА, являются: Устав СПбГУГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний

при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной итоговой аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику, преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на практическое занятие и проведение консультаций.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- оценка ответов на устный опрос (пункт 5.1.);
- тестирование (пункт 5.1.).

Сроки промежуточной аттестации определяется графиком учебного процесса. По дисциплине «Иностранный язык» предусмотрены зачет с оценкой. Для допуска к нему необходимо предоставить все тестовые работы (пункт 5.1.), выполняемые в течение семестров.

Зачет с оценкой проводится в форме устного ответа на 3 вопроса из приведенного ниже (9.6.) списка.

### **9.3. Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)**

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

### **9.4. Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)**

Дисциплина базируется на среднем общем образовании. Входной контроль не предусмотрен.

### **9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Компетенции	Критерии	Показатели
УК-4 – Способен осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах не государственном	<u>Знать:</u> базовую общеупотребительную лексику и специальную терминологию на русском и иностранном (ых) языке (ах), базовые	<u>Знает:</u> орфографическую, лексическую и грамматическую норму современного русского и

Компетенции	Критерии	Показатели
<p>языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах).</p>	<p>грамматические структуры русского и иностранного (ых) языков, а также основные синтаксические конструкции, знаком с основными приемами перевода литературы по специальности, с основами деловой речи и правилами оформления документации.</p> <p><u>Уметь:</u> воспринимать и адекватно реагировать на устные и письменное коммуникационное межличностное и межкультурное взаимодействие на русском и иностранном (ых) языке (ах), выявлять необходимую информацию, применять знания и нормы русского языка при выполнении устного перевода с иностранных языков.</p> <p><u>Владеть:</u> всеми видами речевой деятельности на русском и иностранных языках, основными навыками оформления документов, владеть основами публичной речи – сообщения, доклады, а также основными навыками письма, необходимыми для</p>	<p>иностранного языков, систему стилей языка, основы деловой речи и правила оформления документации.</p> <p><u>Умеет:</u> выявлять необходимую информацию, применяет знания и нормы русского языка при выполнении устного перевода с иностранных языков.</p> <p><u>Владеет:</u> всеми видами речевой деятельности на русском и иностранных языках, навыками оформления деловой документации, формулами речевого этикета.</p>

Компетенции	Критерии	Показатели
	подготовки публикаций, тезисов и ведения переписки.	
<u>ОПК-1</u> – 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.	<p><u>Знать:</u> типологию, цели, функции, специфику рекламных и PR-текстов, основы литературного редактирования.</p> <p><u>Уметь:</u> применять навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, создавать информационными повод, структурировать и оптимизировать информацию в зависимости от цели написания текста и типа целевой аудитории.</p> <p><u>Владеть:</u> стилями речи (письменной) способами выражения эмоционального отношения в письменной речи, навыками копирайтинга.</p>	<p><u>Знает:</u> основы литературного редактирования и специфику рекламных и PR-текстов.</p> <p><u>Умеет:</u> формулировать уникальное торговое предложение, работать с целевой аудиторией, оптимизировать информацию в зависимости от цели написания текста.</p> <p><u>Владеет:</u> стилями письменной речи, навыками копирайтинга в рекламе и PR.</p>

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

Максимальное количество баллов за зачет с оценкой – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («зачет сдан») – 15 баллов.

При наборе менее 15 баллов – зачет с оценкой не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

Зачетная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета.

Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:

*1 балл:* отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

*2 балла:* нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;

*3 балла:* нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

*4 балла:* ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

*5 баллов:* ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение, использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

*6 баллов:* ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;

*7 баллов:* ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

*8 баллов:* ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

*9 баллов:* систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

*10 баллов:* ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах), студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

**9.6. Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине (модулю). (Устный опрос, тест).**

**Примерный перечень контрольных вопросов заданий для проведения текущего контроля успеваемости по темам практических занятий (задания для устного опроса (У) и теста).**

**2 семестр.**

**Тема 1.**

Прочитайте текст, соблюдая законы артикуляции, интонации и ритма нейтральной речи:

**Public Relations Specialists.**

Although there are no defined standards for entry into a public relations career, a college degree combined with public relations experience, usually gained through an internship, is considered excellent preparation for public relations work. The ability to write and speak well is essential. Many entry-level public relations, journalism, advertising, or communications. Some firms seek college graduates who have worked in electronic or print journalism. Other employers seek applicants with demonstrated communications skills and training or experience in a field related to the firm's business-science, engineering, sales, or finance, for example.

Creativity, initiative, good judgement, and the ability to express thoughts clearly and simply are essential. Decision making, problem solving, and research skills are also important.

People who choose public relations as a career need an outgoing personality, self-confidence, an understanding of human psychology, and an enthusiasm for motivating people. They should be competitive, yet flexible, and able to function as part of a team.

**Тема 2.**

Прочитайте текст, соблюдая законы артикуляции, интонации и ритма нейтральной речи:

**Public Relations Writer.**

The ability to write well is a necessity for work in public relations. Writing is an integral part of the public relations process of research, planning, communication,

and evaluation. It is most visible at the third stage, when a program is being implemented and various messages are being communicated to key audiences important to the success of your program.

Effective writing is based on facts that are presented clearly, concisely, and accurately. From this standpoint, both the public relations writer and the journalist share a common ground. Indeed, there was a time when experience in newspaper writing was practically a requirement for a job in public relations.

Although this is no longer true, emphasis remains on use of a journalistic style in public relations writing. This is because much of what you write is directed to the news media. A solid understanding of journalistic principles and concepts is needed, but it is a mistake for public relations writers to consider themselves simply «journalists in residence».

A public relations writer differs from a journalist in at least three basic aspects: objectives, audiences, and channels.

### **Тема 3.**

Спросите своего друга, в каком аэропорту он был и какие средства аэропорта («airport facilities») он там видел и для чего они используются.

### **Тема 4.**

Make up plural form of the nouns:

Man, boy, table, woman, child, flower, aircraft, wolf, flat, sheep.

Translate into English:

1. Где ты вчера был?
2. Кем работает твой брат?
3. Где сейчас твой друг? – Он не дома.
4. Откуда вы родом?
5. Вы сейчас дома?

### **Тема 5.**

Прочитайте предложения, соблюдая интонацию различных типов предложений:

1. We are not going to the cinema tonight.
2. What does he usually do on Sundays?
3. Were they in Moscow or in Kiev last summer?

Сделайте предложения отрицательными:

1. Come to my place on Sunday evening.
2. Close the window and open the door.

### **Тема 6.**

Сопоставьте диалог на тему: «Business trip».

### **Тема 7.**

Составьте диалог на тему «Telephone Conversation» с глаголом «to have», используя отрицательную, вопросительную и утвердительную формы.

### **Тема 8.**

Translate into English.

1. Я обычно делаю домашнее задание вечером.
2. Мой друг живет на севере.
3. Моя сестра учится в медицинском колледже.
4. У них два занятия иностранным языком в неделю.
5. Он всегда навещает нас, когда бывает в Москве.
6. Вы часто ходите в кино?
7. Она никогда не опаздывает.
8. Я не учу французский язык, я учу немецкий.
9. Ее муж часто ездит в командировки?
10. «Вы чувствуете что-нибудь?» - «Нет, я ничего не чувствую».

### **Тема 9.**

Задайте вопросы к подлежащему.

### **Releases for Advertising and Promotion.**

Using names and photos of people in advertising, product publicity, and promotions requires special handling and extra legal attention. These situations are not same as the «implied consent» that is given when someone poses for a news story in the organization's employee magazine or newsletter.

The courts have consistently ruled that a person's right of privacy is violated when photos or names of individuals are published without prior *written* consent for commercial purposes or purposes of trade.

This situation reinforces the point that everyone whose picture, quote, or name is being used in an advertisement or a sales brochure must give explicit written consent. Courts have also ruled that product news releases are primarily for «purposes of trade» and are covered under many of the same guidelines applied to advertising.

In addition to a signed consent form, individuals are usually offered a cash payment. If the person is prominent, the fee may be large, perhaps thousands of dollars.

### **Тема 10.**

Составьте диалог с глаголами «to be» и «to have» в простом настоящем времени на тему «General Requirements of Advertising».

### **Тема 11.**

Answer the questions:

1. How is advertising used in PR?
2. Is advertising free? Why?
3. May an organization not use advertising?
4. How is budget spent in advertising?
5. What does advertising appeal to?

### **Тема 12.**

Опишите свой офис с использованием структур «there is/are».

### **Тема 13.**

Give full answers to these questions:

1. What Advertising Agencies do you know in Russia? Abroad?
2. What is the main purpose of Advertising Agencies?
3. What is the usual staff in it?
4. What is their budget spent on?

### **Тема 14.**

1. Я могу играть в футбол.
2. Он может кататься на коньках и лыжах.
3. Мы можем найти другой отель.

4. Ты можешь пойти с нами.
5. Она не может понять смысла.
6. Мы не можем найти пути назад.
7. Можно ли мне воспользоваться твоим телефоном?
8. Возможно, я проведу свои каникулы в Египте.
9. В библиотеке не разрешено говорить громко.
10. Мы должны носить униформу.
11. Ты не должен отвлекать зрителей.

### **Тема 15.**

1. What facilities are there in the office?
2. Is your office far from the centre of the city?
3. How do you get there?
4. How many people work in your office ?
5. Who is the chief Executive officer in your company?
6. What are you responsible for in your office?

### **Тема 16.**

Translate into English:

1. Я встретила его вчера. Мы боялись опоздать на поезд. К счастью, на углу нашей улицы мы увидели такси и приехали на вокзал вовремя.
2. Летом я вам не писала, так как потеряла ваш адрес.
3. На прошлой неделе я написала ей два письма, но ответа не получила.
4. Когда вы перевели эту трудную статью?
5. Что вы делали вчера: переводили статью или писали сочинение?
6. Когда моя сестра была здорова, она всегда сама шала платья себе и мне.
7. В прошлом году она сшила мне очень красивое платье.
8. Прошлым летом мы посетили много музеев.
9. Вчера я не могла прийти домой вовремя, поэтому' я пообедала в столовой.
10. Когда вы получили это письмо? — Вчера утром.

### **Тема 17.**

Подготовьте устный монолог на тему «Trade Fairs and Exhibitions».

### **Тема 18.**

Translate into English:

1. Вчера в 5 часов вечера я играл в теннис.
2. Что ты делал вчера?
3. Когда я пришел домой, мой папа смотрел телевизор.
4. В то время, когда она готовила ужин, она порезала палец.
5. Том строит дом в данное время.

**3 семестр.**

### **Тема 1.**

Преобразуйте прямую речь в косвенную:

1. Oleg said, «My room is on the second floor».
2. Tom said, «I have already had breakfast».
3. I said to them, «I can give you my uncle's address».
4. «I have no time for lunch today», said the boy to his mother.
5. I asked Mike, «What will you do after dinner».
6. Ada said to me, «Where did you see such trees?».
7. She said to Boris, «When will you be back home?».

### **Тема 2.**

Translate into English:

1. Она стояла задумчиво, глядя в окно.
2. Все смотрели на танцующую девочку.
3. Войдя в комнату, она включила свет.
4. Пальто, купленное в прошлом году, слишком маленькое для меня сейчас.
5. Это церковь, построенная много лет назад.
6. Сегодня у нас было два урока.
7. Он уже выучил это правильно.
8. Ты читал какие-нибудь рассказы Джека Лондона.

### **Тема 3.**

Напишите деловое письмо о резервировании мест в самолете.

### **Тема 4.**

Translate into English:

1. Моя сестра собирается встретить нашу маму на станции завтра.
2. Он завтра придет к нам на обед.
3. Сейчас я посещаю курсы французского языка. Это очень интересно.
4. Когда он вернется в Санкт-Петербург, он позвонит нам.
5. Что ты будешь делать, если завтра пойдет дождь?

### **Тема 5.**

Explain the following phrase: Consumers don't, just buy a product; they also buy the company.

### **Тема 6.**

Образуйте существительные от следующих глаголов:

Collect	Entertain
Imagine	Separate
Develop	Celebrate

### **Тема 7.**

Explain the following: «Public service advertisements provide information, tips and how - to suggestion».

### **Тема 8.**

Translate into English:

1. Я не знаю, заказал ли он билеты на самолет.
2. Он спросил, поедет ли Соколов в августе в командировку.
3. Я знаю, что он сделал эту работу вчера.
4. Вчера пришел домой поздно, потому что у нас был урок английского языка.
5. Скажите мне, пожалуйста, что написала фирма в своем письме о нашем запросе.

### **Тема 9.**

Поставьте глаголы в нужном времени.

1. She (to read) the whole evening yesterday.
2. When I (to go) to school the day before yesterday, I met Mike and Pete.

3. They (to listen) to the news on the radio when the telephone (to ring).
4. She already (to do) her homework for two hours; but she (not yet to do) half of it.
5. He (to run) now. He (to run) for ten minutes without any rest.
6. You (to go) to Great Britain last year? – No, I (to go) to France.

### **Тема 10.**

Translate into English:

1. Она не сможет вовремя добраться до аэропорта.
2. Ты сможешь отправить ему электронную почту сегодня вечером?
3. Вчера я не смог повидать директора, т.к. он был на конференции, но сегодня после работы я смогу это сделать.
4. Мне пришлось написать эту статью к среде.
5. На этой неделе нам предстоит встретиться с известными учеными.

### **Тема 11.**

Составьте монолог на тему «Outdoor Advertising».

### **Тема 12.**

Переведите предложения:

1. Вы моложе вашей сестры? – Нет, я на два года старше ее.
2. Этот рассказ еще интереснее того, что мы читали вчера.
3. Наш сад самый маленький из всех.
4. Он тратит меньше времени на домашнюю работу, чем я.
5. Она не старше своей двоюродной сестры.
6. Наш телевизор в два раза меньше вашего.
7. Этот текст в два раза труднее, чем тот, который мы только что прочитали.
8. Его телевизор не хуже нашего. Но он занимает в два раза больше места.
9. Эта комната в два раза меньше вашей.

### **Тема 13.**

Назовите преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах.

### **Тема 14.**

Translate into English:

1. Если ты будешь занят, я сделаю это один.
2. Если ты не будешь работать систематически, ты провалишь экзамен.
3. Если бы я жил около леса, я бы собирал много грибов.
4. Если бы она знала английский, она бы попыталась в университет.
5. Когда у меня будет время, я позвоню тебе.

### **Тема 15.**

Переведите предложения:

1. Нет необходимости повторять одно и то же. Я просто не могу сделать то, что вы хотите.
2. Мне приходится выезжать самым ранним поездом, иначе я опаздываю на первый урок.
3. Она поняла, что ей придется переговорить с ним об этом деле.
4. Что мне надеть? — Можно надеть новый костюм.
5. Можно было сделать и лучше. Вы не старались.

### **Тема 16.**

1. Он должен был передать деньги секретарю, но я не уверен, что он смог это сделать.
2. В такую солнечную погоду он не может обходиться без темных очков. Врач сказал, он должен защищать глаза от яркого света.
3. Вы можете не есть суп, но второе вы должны попробовать.
4. Вы успели прочитать книгу? Вы не сможете обсуждать эту книгу, пока не прочтете ее до конца.
5. Мы договорились, что тот, кто придет первым, должен занять места для остальных.

### **Тема 17.**

Translate into English:

1. Реклама не должна побуждать граждан к насилию, агрессии, возбуждать панику, а также к опасным действиям.
2. Реклама не должна побуждать к действиям, нарушающим природоохранное законодательство.

### **Тема 18.**

Translate into English:

1. Это учитель, который мне нравится.
2. Это книга, которую я хочу.
3. Том купил жакет, который мы видели вчера.
4. Молодой человек, с которым я работаю, никогда не прекращает говорить.
5. Мужчина, который живет по соседству, пришел навестить меня вчера.

### **Тема 19.**

Составьте диалог на тему: «Предложение нового товара».

### **Тема 20.**

Переведите предложения:

1. Я хочу, чтобы ты послушал меня очень внимательно.
2. Он пожелал, чтобы тот день длился вечно.
3. Мы бы хотели, чтобы работа была сделана ко вторнику.
4. Я люблю, когда вещи кладут обратно на их места.
5. Мы ожидали, что наша кошка вернется домой.
6. Профессор посчитал, что моя работа была выполнена хорошо.
7. Молодой человек считал себя благородным по происхождению.

### **Тема 21.**

Составьте монолог на тему: «Slogan».

## **Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет с оценкой во 2 семестре.**

### **Тема 1. At the airport.**

Here are some of the questions the immigration officer may ask you. Put the words into correct order to make a question.

1. How Britain long stay you intend do to in?
2. The purpose what of your is visit?
3. Intend do you to work do any for which are paid you in the UK?
4. Your is to this visit first London?
5. You in which hotel staying are?
6. Are what from country you?
7. Your is occupation what?
8. You do friends have relatives any or in London?

### **Тема 2. Travelling by plane.**

Make sure you know how to talk about all aspects of travelling.

1. Are you fond of travelling?
2. Where do you usually spend your holidays?
3. Where did you spend your last holiday?
4. Where would like to spend your next holiday?
5. What is your idea of an ideal holiday?
6. Some people prefer to travel on their own and hate travelling in a group. What about you?
7. What do you see aviation in the future?
8. How do you see aviation in the future?
9. What would the world be like if we couldn't fly?

### **Тема 3. Aviation Business. World Air Companies.**

Name the most famous world Air Companies and go into details about one of them.

### **Тема 4. Business Appointment. Making an Appointment.**

Дайте развернутые ответы на следующие вопросы:

1. How do you make appointment with foreign representatives?
2. What do you usually do to get ready for talks?
3. What do you do when the seller's goods don't meet your requirements?
4. In what case do you take part deliveries?
5. What materials must you go through before you place an order with a foreign firm?
6. What must you do to place an order with a firm?
7. On what terms do you usually buy goods from foreign firms?

## **Тема 5. Aeroflot and other Air Companies of Russia.**

Answer the following questions:

1. What is your favourite Russian Airline? Why?
2. Do you belong to a frequent flyer program?
3. Do you collect air miles on a program?
4. Do you choose an airline because of air miles?
5. Have you ever travelled in business class?
6. Has an airline ever upgraded you to a better seat?
7. Where do you prefer to sit?
8. Why is Aeroflot considered to be one of the best Russian Companies?

## **Тема 6. Business Trip.**

Make a story about your imaginary business trip:

How do you introduce/greet/say goodbye to friends/business people in your country and in other countries? Do you...

- ... shake hands?
- ... bow?
- ... exchange business cards?
- ... hug them?
- ... kiss them on the cheek/hand?
- ... ask about business acquaintances families?
- ... ask about their colleagues?
- ... invite business contacts to your home?

## **Тема 7. Business Talk. Telephone Conversation.**

Составьте диалог на тему «Business Talk» с использованием разговорных формул по теме.

## **Тема 8. Discussing a Contract.**

Составьте ситуации, употребив следующие слова и выражения:

- 1) an offer, to consider, to find, somewhat, to ask, to give a 5 per cent discount off the price, to be not of the latest design, to reduce by...
- 2) to discuss, points, to clear up, to sign, to get ready, to invite, to accept.

## **Тема 9. Target Audience.**

Переведите следующие предложения на английский язык:

1. Так как каждая речь нацелена на конкретную аудиторию, вы должны знать как можно больше о вашей. Такие факторы как возраст, род занятий, пол, религиозная принадлежность, образование, место жительства, интересы, знания, политические взгляды, их доход, могут повлиять на то, что будет для них интересным.
2. Для успеха выступления крайне важно учитывать специфику аудитории, настрой и ожидания слушателей, которые можно почувствовать в непосредственном контакте с аудиторией.

### **Тема 10. General Requirements to Advertising.**

Переведите следующие предложения на английский язык:

1. Реклама должна быть распознаваема без специальных знаний и без применения технических средств.
2. Не допускается реклама товаров, запрещенных к производству и реализации.
3. Использование в рекламе объектов интеллектуальной собственности допускается в порядке, предусмотренном законодательством.
4. Реклама о самом рекламодателе, не имеющем специального разрешения (лицензии) на деятельность, не допускается.
5. Реклама не должна побуждать граждан к насилию, агрессии, возбуждать панику, а также побуждать к опасным действиям.

### **Тема 11. Special features of advertising.**

Переведите текст об отличительных чертах рекламы и выскажите свое личное мнение:

The American National Advertisers and Publishers Information Bureau suggests several characteristics that distinguish public relations advertising.

1. It must educate or inform, the public regarding the companies, policies, functions, facilities, objectives, ideals and standards.
2. It must create a climate of favourable opinion about the company by stressing the competence of the company's management, accumulated scientific knowledge, manufacturing skills, technological progress and contribution to social advancement and public welfare.
3. It must build up the investment qualities of the company's securities or improve the financial structure of the company.

4. It must sell the company as a good place in which to work, often in a way designed to appeal to graduates on people with certain skills.

### **Тема 12. The main rules of Advertising.**

Переведите на английский язык.

Основные правила рекламной деятельности:

- а) реклама должна вызывать интерес;
- б) реклама должна быть правдивой: обманув один раз, можно навсегда потерять доверие;
- в) реклама должна быть корректной по отношению к другим фирмам;
- г) реклама должна быть тактичной, ненавязчивой.

Следовательно, реклама – это оплаченное присутствие в средствах массовой информации сведений о фирме, товаре (услуге или идее), имеющее целью увеличить известность фирмы и ее обороты.

### **Тема 13. Advertising Agencies.**

Расскажите об одном рекламном агентстве, которое популярно в нашей стране.

### **Тема 14. Advertising on different modes of transport.**

Дайте определения следующим видам транспортной рекламы:

- transit advertising
- a wrapped taxi
- an ad inside a bus
- an ad on the rear of a bus
- a bus shelter advertisement
- an ad inside a train

### **Тема 15. Advertising in the Internet.**

Расскажите о самых распространенных форматах рекламы в Интернете, а именно:

- banners
- buttons
- skyscrapers
- pop-ups
- microsites
- rich media formats

## **Тема 16. Advertising and Public Relations.**

Ответьте на следующие вопросы:

1. Is PR a form of advertising?
2. Is PR an «unpaid-for advertising»?
3. Can PR use advertising?
4. Why is PR more extensive than advertising?
5. Why is PR not free?
6. May an organization not use advertising?
7. How is the budget spent in advertising?
8. What is the money spend on in PR?

## **Тема 17. Trade Fairs and Exhibitions.**

Составьте диалоги, основанные на данных заданиях:

1. At the exhibition of British agricultural machinery, you got interested in a new model of tractor, which was on display in the British pavilion. You saw the machine in operation and decided that it would meet the requirements of your clients. Contact the firm and ask them to make you an offer. Discuss the problem of a discount.
2. One of your friends has been on business to London and has just come back. He signed a contract there. Ask him questions about his stay in London and the business talks he had there.

## **Тема 18. Applying for a job.**

Ответьте на следующие вопросы:

1. What must you do to be successful in a job interview?
2. What kind of clothes should you wear to the interview?
3. What information should you include in a CV?
4. What information should you include in a CV? What order should it be in?
5. What should you do just before you enter the interview room?
6. What should you do and say when you meet the interviewer?
7. How long should your answers to questions be?
8. How should you answer questions?
9. What should you do if you arrive very early?
10. What should your general attitude in the interview be?

11. What should you do after the interview?

**Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет с оценкой во 3 семестре.**

**Тема 1. Negotiations.**

Переведите текст:

The five rules of negotiators.

1. Be clear about what you want. Before you negotiate, decide:
  - a) what you must have.
  - b) what you would like, but is not essential.
2. Make sure you have things to offer the other person, as well as things you want.
3. Keep calm and responsible in your voice and behavior. Do not let emotions take over. Be aware of your body language.
4. Listen carefully and ask questions. It's important to really understand what the other person is saying. Listening to someone shows respect. That person will feel valued and important and is more likely to listen to you.
5. Try to find a «win-win» situation. Both sides should feel happy and successful when the negotiation is finished.

**Тема 2. Written Speech Patterns used in Business language.**

Переведите телефонный разговор, используя речевые штампы, используемые в деловом языке.

- Могу я поговорить с господином Брауном?
- Боюсь, что он на совещании в данный момент. Что ему передать?
- Это Helen Smith. Я подумала, не мог бы он мне позвонить, когда освободится.
- Хорошо. Какой у Вас номер?
- Я думаю, у него есть мой номер. Но я Вам его оставлю на всякий случай 402-64-19.
- Можно узнать, что Вас интересует?
- Да. Это касается фильма о нефти в Северном море. Он должен знать, о чем пойдет речь.
- Хорошо. Тогда все в порядке.
- Большое спасибо. До свидания.
- До свидания.

### **Тема 3. The structure of Business Letter.**

What is the usual structure of Business letter?

Give an example of a letter of Appointment.

### **Тема 4. Types of PR Advertising.**

Назовите известные вам типы PR рекламы и опишите один тип в деталях.

### **Тема 5. Image-building Advertising.**

Переведите на английский язык:

«Престижная реклама является самой трудной, из всех видов рекламы, чем скорее всего, и объясняется тот факт, что очень многие возможности в ней не используются. Есть два основных вида престижной рекламы. Первый ставит перед собой задачу информировать общественность о том большом вкладе, который вносит компания в благосостояние нации. Второй вид престижной рекламы использует менее открытый подход и заключается в том, что общественность что-то узнает или получает информацию по интересующим ее вопросам при простом упоминании компании-спонсора.

### **Тема 6. Financial Advertising.**

Ответьте на следующие вопросы:

1. What is the financial advertising targeted to?
2. What is its main objective?
3. What is such advertising mostly used?
4. What is the target audience for financial advertising?
5. In what cases does the necessity in financial advertising arise?

### **Тема 7. Public Service Advertising.**

Объясните следующую фразу:

«Public Service, advertisements provide information, tips, and how to suggestions».

What kind of organizations use such advertising? Give examples.

### **Тема 8. Advocacy Advertising.**

Speak on the primary goal of advocacy advertising and give examples.

### **Тема 9. Announcement Advertising.**

Вставьте предлоги, где необходимо (if, after, in, about, for, at) в предложениях на данную тему:

1. Announcements can be used \_\_\_\_\_ any category of public relations advertising.
2. Theirs primary use is to inform the public promptly \_\_\_\_\_ smth. That affects \_\_\_\_\_ everyone.
3. Recalling a product, explaining a failure \_\_\_\_\_ services are appropriate announcements.
4. «Sears» used announcement advertisements to tell has auto owners could apply \_\_\_\_\_ rebates.

### **Тема 10. Direct Mail.**

Переведите на русском языке текст о преимуществах прямых рассылок.

#### The advantages of direct mail

Targeted: focus on your specific audience, directing your campaign (or mail-shot/ mailing) to the market you want to reach.

Personal: address customers by name. Write specific messages for them and personalize your message.

Flexible: a variety of formats, including letters, postcards, or brochures. Be creative with colours and graphics. Offer a free sample of your product.

Tangible: customers can hold your mail piece. Coupons or free samples included in your mail piece help encourage customer interaction by getting them to use the product.

Measurable: track the results of your Direct Mail campaign by counting the responses or inquiries it generates. Work out the cost per response for each campaign or go a step further and calculate the cost in terms of direct mail spending.

Cost-effective: your targeted message goes directly to the people you want to reach.

### **Тема 11. Outdoor Advertising.**

What types of outdoor Advertising do you know? How effective are they? (Какие виды «уличной» рекламы вы знаете? Насколько они эффективны?)

## Тема 12. TV and Radio Advertising.

Заполните тексты о рекламе на ТВ и радио, используя слова из таблицы:

channels	listeners	programmes	reaching	station
----------	-----------	------------	----------	---------

TV plays a huge role in our lives and even in these days of 200 - plus \_\_\_\_\_, ITVI continues to be the most watched. In 2005, a massive 885 of the 1 000 highest-rating \_\_\_\_\_ were shown on ITVI.

Classic FM is the largest commercial radio \_\_\_\_\_ in the UK, \_\_\_\_\_ almost 6 million people every week. Most of the station's \_\_\_\_\_ are not connoisseurs of classical music and come to us because of the way Classic FM makes them feel, regardless of age, sex or income.

## Тема 13. Newspaper and Magazine Advertising.

Переведите текст с русского языка на английский язык:

Полиграфические возможности журналов гораздо шире, чем газет. Выбирая журнал для публикации рекламы, учитывают не только аудиторию, но и частоту выхода журнала, возможность размещения материала. Конечно, величина даже самого большого объявления в журнале не может соперничать с размерами газетных реклам, но зато само качество подачи рекламного материала (от бумаги до цвета) здесь гораздо выше.

Всю газетно-журнальную рекламу классифицируют по следующим группам:

- 1) реклама в традиционных газетах;
- 2) реклама в цветных иллюстрированных журналах;
- 3) реклама в специальных рекламных изданиях;
- 4) реклама в региональных и местных изданиях.

## Тема 14. Mediatexts. Mediaproducts.

Дайте определение, что такое медиатекст и медиапродукт и приведите примеры на английском языке.

## Тема 15. Basics of Business Speech.

Translate the following:

It is important to know the basic structure of an effective speech and imperative to incorporate these concepts into every speech you prepare.

- Use personal pronouns like «you» and «we». This lets your listeners know that you are talking to them.
- Avoid jargon. Do not talk about the «acquisition range» of an F-16 jet fighter talk about an F-16 jet that can shoot down another plane 10 miles away.
- Don't use long figures. Don't say «243, 699, 384 Americans», say more than 240 million Americans».
- Use simple words to communicate. Don't say «print media» when you mean «newspaper». Don't say «perish» when «die says» the same thing. Don't say «possess», when «have» is what you mean.
- Use active verbs. Say «I think» not «it is my conviction that...»
- Use short sentences. Don't use clauses between the subject and the predicate of a sentence. Don't put clause at the end of a sentence; start a new sentence.
- Use comparisons or contrasts. Compare exotic locales with others that are familiar. (Use «New Zealand has about the same land area as California, but it has only 3 million people as compared to California's 31 million»).

### **Тема 16. Speech-writing.**

Render the following text in English:

Чтобы общение с аудиторией было актуальным и убедительным, надо прежде всего собрать о ней как можно больше информации: род занятий, образование, пол, культурная и этническая принадлежность, политические симпатии, важнейшие местные проблемы и установки. Это поможет понять, что слушатели думают, чувствуют, узнать их убеждения и мотивы. Настроенность на конкретную аудиторию служит ключевым условием правильного донесения необходимой информации.

Используйте юмор, подходящий для вашей темы и культурных традиций аудитории. Сказанная к месту шутка способствует лучшему пониманию того, о чем вы говорите.

### **Тема 17. Purposes, functions and specific features of advertising and PR texts.**

Translate into English:

Функции рекламы:

- 1) маркетинговая (продвижение товара и потребителю).
- 2) информативная (информирует потребителей о товаре).
- 3) экономическая (стимулирует продажи).
- 4) образовательная (ускоряет темпы научно-технического прогресса).
- 5) социальная (апеллирует к общечеловеческим ценностям: здоровью, заботе о ближних и т.д.).

б) политическая.

### **Тема 18. Business Correspondence.**

What types of business correspondence can you name?

### **Тема 19. Conversational formulas in Speech Etiquette.**

Составьте короткий диалог на тему «Making an Appointment», используя разговорные формулы типа:

«I was wondering if Mr. Brown could see me».

«I would like to make an appointment».

«He has several other appointments this afternoon».

«Will Friday at 3.15 suit you?»

«That suits me very well».

«That's agreed!»

«I'm afraid I'm busy».

### **Тема 20. News release/Press release.**

Переведите следующую информацию о пресс-релизе:

#### Writing a good press release

1. Keep thing real.
2. See the story from the reporter's point of view.
3. Create a headline that will grab your reader's attention.
4. Proofread carefully.
5. Keep it short.

### **Тема 21. Slogan.**

Translate into English:

Основными задачами слогана являются:

- 1) привлечение внимания потребителя;
- 2) формирование и закрепление позитивного имиджа фирмы;
- 3) создание узнаваемости фирмы;
- 4) способствование запоминанию торговой марки.

Слоган должен быть:

- 1) по возможности кратким;
- 2) соответствующим имиджу фирмы;
- 3) оригинальным и запоминающимся;

- 4) по возможности с юмором;
- 5) рассчитанным на длительное использование;
- 6) постоянно в одном графическом исполнении;
- 7) помещаемым, как правило, в одном и том же месте макета различных рекламных сообщений.

### **Типовые задания для проведения промежуточной аттестации**

#### **Задание 1.**

##### **Answer the following questions:**

1. How is advertising used in public relations?
2. In what way does the success in public relations affect the economic success of the organization?
3. What are the five types of public relations advertising?
4. What is image-building advertising designed for?
5. What can you say about financial advertising?
6. What sort of information does public service advertising supply?
7. What is the purpose of advocacy advertising?
8. What does announcement advertising focus on?

#### **Задание 2.**

##### **Render the following in English.**

Отличительными чертами рекламы являются:

1. Неличное представление информации (использование средств рекламы);
2. Платность распространения информации;
3. Четкое указание рекламодача (заказчика);
4. Побуждение объекта коммуникации к конкретным действиям.

Общие цели рекламы совпадают с целями маркетинга, однако как элемент системы коммуникаций реклама имеет свои цели: информирование, убеждение, напоминание.

- 1) Создание осведомленности о существовании товара или марки;
- 2) Создание «образа марки» или благоприятной эмоциональной предрасположенности к марке;
- 3) Внедрение информации о выгодах и преимуществах марки;
- 4) Умение отразить или подорвать утверждения конкурентов;

- 5) Способность исправлять превратные представления, развеять неправильную информацию и устранять другие помехи сбыту;
- 6) Умение добиться признания и легкой узнаваемости упаковки или торговой марки;
- 7) Умение создать образ фирмы и добиться благоприятного отношения к ней;
- 8) Умение заложить «фундамент репутации» для последующего выхода на рынок с новыми марками или новыми товарными группами;
- 9) Внедрение в сознание потребностей уникального торгового предложения;
- 10) Подготовка потенциальных потребителей к визиту коммивояжера.

### **Задание 3.**

**Представьте сообщение виде монолога на заданную тему:**

#### **2 семестр**

1. В аэропорту.
2. Путешествие на самолете.
3. Авиационный бизнес. Мировые авиакомпании.
4. Деловая встреча. Назначение деловой встречи.
5. Аэрофлот и другие авиакомпании России.
6. Деловая поездка.
7. Деловой разговор. Телефонная беседа.
8. Обсуждение контракта.
9. Целевая аудитория.
10. Общие требования к рекламе.
11. Особые характерные черты рекламы.
12. Основные правила рекламирования.
13. Рекламные агентства.
14. Реклама на разных видах транспорта.
15. Реклама в Интернете.
16. Реклама и связи с общественностью.
17. Профессиональные ярмарки и выставки.
18. Подача заявления о приеме на работу.

#### **3 семестр**

1. Переговоры.
2. Письменные речевые образцы, используемые в деловом языке.
3. Структура делового письма.

4. Типы рекламы в PR.
5. Престижная реклама.
6. Финансовая реклама.
7. Реклама типа «обращение к общественности».
8. Разъяснительно-пропагандистская реклама.
9. Реклама по быстрому распространению важной информации в пользу фирмы.
10. Прямая реклама.
11. Наружная реклама.
12. Телевизионная реклама и радио реклама.
13. Газетно-журнальная реклама.
14. Медиатексты. Медиапродукты.
15. Основы деловой речи.
16. Написание речей.
17. Цели, функции и специфика рекламных и PR текстов.
18. Деловая переписка.
19. Разговорные формулы в речевом этикете.
20. Новостной (пресс) релиз (сообщение для печати).
21. Слоган.

#### **Задание 4.**

**Прочитайте, переведите текст, перескажите основную идею:**

Whether you're the president of your local school board or the president of the United States, you use the same tools to communicate with the public.

There's a lot of truth to the old joke that public relations is «the care and feeding of reporters». That's the essence of public relations: informing and persuading the public not one person at a time, but by the thousands or millions through newspapers, radio, television and the web.

Some people – elected leaders, professional athletes, actors, rock stars – need public relations to handle the daily crush of media requests. But any organization, however big or small, can use the same tools to get out your message.

### **Типовые задания по диалогической речи для проведения промежуточной аттестации**

#### **Dialogues**

### **Задание 1.**

**Listen to the conversation between Sue and Bill. Are the following statements correct?**

1. It's not necessary for Sue to go to the meeting.
2. She has to telephone John.
3. Bill has to go to the meeting.
4. Sue must present the report to the meeting.
5. Fred thinks it is not necessary for him to have the report.

### **Задание 2.**

**A customer is making arrangements with a phone company. Listen to the dialogue and answer the questions:**

1. When will the conference take place?
2. How many invitations will be sent out?
3. How many Sue must present the report to the meeting.
4. Fred thinks it is not necessary for him to have the report.

### **Задание 3.**

**Listen to the dialogue and answer the following questions:**

1. Are they discussing financial problems?
2. What do they want tables for?
3. Do they want to have an overhead projector and sound system installed?
4. Who is going to check their work?
5. What is the capacity of the room?

### **Задание 4.**

**You are going to listen to a manager from a market research company.**

**Listen to her talk.**

**What type of newspaper is most widely read, and what type does she recommend advertising in?**

**Write down all the numbers you hear. Reproduce the phrases in which they are used.**

### **Задание 5.**

**You going to hear some people talking about things that happen at meetings.  
Decide which are the worst things and which don't really matter.**

**Образец билета для промежуточной аттестации**

**EXAMINATION CARD**

**1. Read the text, translate and retell.**

The Role of PR in modern life

Public relations is one of the main actively developing elements of the contemporary civilized marketing mechanism connected directly with the investigation and formation of persistently changing demand and offer for goods, production and services in all branches of world economy. In consequence, PR influences the increase in effectiveness of industrial and commercial activity and satisfaction of human requirement in other spheres of social life.

Success of every firm depends on PR technology. In spite of this fact, most Russia companies and firms do not realize the advantages of a well-planned and well-organized PR system. PR activity is one of the functions of management that helps to establish and maintain relations, mutual understanding, inclination and collaboration between an organization and its public. PR include solving different problems, using information about public opinion, working out proper measures. PR technology helps:

- the managers of the company to satisfy public interests as well as their own;
- the whole company (the managers and the staff) to be ready to adopt to the changes of the surrounding world: PR predict events in advance;
- the company to build a positive image and avoid negative rumors.

If an enterprise is good at creating a positive opinion of the target audience (including the employees of the enterprise). This success makes it a great deal easier to achieve the goals set by the managers.

**2. Prepared topic:**

Advertising Agencies.

**3. Translate the following into English:**

1. Исследования показали, что жестикуляция и мимика доносят наиболее запоминающуюся информацию, которую получает аудитория и которой она верит.

2. Слова представляют собой лишь около 7 процентов того, что запоминается аудитории и внушает ей доверие.

**4. Open the brackets using the correct tense of the verb:**

1. She is very glad: (to finish) her essay at last.
2. He (to translate) the whole text by 11 o'clock.
3. I (not to see) you for ages! I am very glad to see you.
4. You ever (to be) to Trafalgar Square?

**Примерный перечень тестовых заданий. Лексико-грамматические тесты.**

**Task 1. Read the text and fill in the gaps.**

**Travelling by air.**

Nowadays people who go 1) \_\_\_\_\_ mostly travel by air, as it is the fastest means of traveling. Here are some hints on air travel that may be helpful.

Passengers are requested to arrive 2) \_\_\_\_\_ the airport two hours before departure time on international flights and an hour before on domestic flights as there must be enough time to complete the necessary airport formalities.

Passengers must register their tickets, weigh in and register the luggage. Most airlines have at least two classes of travel, first class and economy class, which is 3) \_\_\_\_\_. Each passenger of more than two years of age has free luggage allowance. Generally this 4) \_\_\_\_\_ is 20 kg for economy class passengers and 30 kg for first class passengers. 5) \_\_\_\_\_ luggage must be paid for except for some articles that can be carried free of charge.

Each passenger is given a 6) \_\_\_\_\_ to be shown at the departure gate and again to the stewardess when boarding the plane.

Watch the electric sign flashers when you are on 7) \_\_\_\_\_. When the «8) \_\_\_\_\_ Seat Belts» sign goes on, do it promptly, and also obey the «No Smoking» signal.

Do not forget your personal effect when leaving the plane.

Landing formalities and customs 9) \_\_\_\_\_ are more or less the same in all countries.

When these formalities have been completed the passengers goes to 10) \_\_\_\_\_ for an examination of his luggage.

As a rule personal belongings may be brought in 11) \_\_\_\_\_. If the traveler has nothing to 12) \_\_\_\_\_ he may just go through the «green» section of the Customs.

In some cases the Customs inspector may ask you open your bags for inspection. It sometimes happens that a passenger's luggage is carefully gone through to prevent 13) \_\_\_\_\_.

**Keys:** 1 – on business, 2 – at, 3 – cheaper, 4 – limit, 5 – excess, 6 – boarding pass, 7 – board, 8 – fasten, 9 – regulations, 10 – Customs, 11 – duty-free, 12 – declare, 13 – smuggling.

**Task 2. Choose the right variant:**

1. If you carry too much luggage, the airline will charge an \_\_\_\_\_ baggage fee.  
a) additional                      b) excess                      c) extra                      d) over
2. British Airways \_\_\_\_\_ the departure of Flight 375 to ST Petersburg.  
a) advertise                      b) advise                      c) announce                      d) notice
3. The check \_\_\_\_\_ time at the airport was 10 o'clock.  
a) by                      b) in                      c) out                      d) up
4. Much stricter \_\_\_\_\_ must now be taken at all airports against hijacking.  
a) alarms                      b) precautions                      c) protections                      d) warnings
5. The \_\_\_\_\_ from St Petersburg to New York takes eight hours.  
a) flying                      b) journey                      c) passage                      d) voyage
6. I'm afraid our luggage is ten kilos \_\_\_\_\_; you will have to pay extra.  
a) above                      b) excess                      c) heavy                      d) overweight
7. Nobody \_\_\_\_\_ that airplane crash.  
a) died                      b) lived                      c) recovered                      d) survived
8. Our \_\_\_\_\_ was delayed owing to bad weather conditions.  
a) airline                      b) airway                      c) flight                      d) runaway
9. When our flight was delayed, we all had a meal at the airline's \_\_\_\_\_.  
a) account                      b) cost                      c) expense                      d) finance
10. We \_\_\_\_\_ to announce a further delay in the departure of flight SU-717.  
a) apologise                      b) mourn                      c) regret                      d) repent

11. If you want a cheap air ticket you must \_\_\_\_\_ well in advance.  
 a) book      b) buy      c) engage      d) reserve
12. He couldn't \_\_\_\_\_ his fear of flying.  
 a) overcome    b) succeed      c) triumph      d) win
13. Water \_\_\_\_\_ at 100 degrees.  
 a) boils      b) will boil      c) is boiling      d) will have been
14. The weather \_\_\_\_\_ hotter and hotter.  
 a) gets      b) is getting      c) has been getting    d) get
15. The first modern Olympics \_\_\_\_\_ in Athens more than a hundred years ago.  
 a) were taking place    b) have taken place    c) took place    d) had taken place
16. Long ago they \_\_\_\_\_ most houses out of wood.  
 a) built      b) were building      c) have built      d) had built
17. I \_\_\_\_\_ to you ever again.  
 a) don't speak      b) hasn't spoken  
 c) am not going to speak      d) will have been spoken
18. His grandfather \_\_\_\_\_ from his job a year ago.  
 a) has retired      b) retires      c) was retiring      d) retired
19. Last night I \_\_\_\_\_ home at 11. I \_\_\_\_\_ supper and then \_\_\_\_\_ to bed.  
 a) have come, had, went      b) came, have had, went  
 c) came, had, went      d) came, had, have gone
20. \_\_\_\_\_ you \_\_\_\_\_ many cities when you were in France.  
 a) did visit      b) are visiting      c) have visited      d) do visit

**Ключи:**

1.b 2.c 3.b 4.b 5.b 6.d 7.d 8.c 9.c 10.c 11.a 12.a 13.a 14.b 15.c 16.a  
 17.c 18.d 19.d 20.a

**Task 3. Choose the right variant:**

1. She took her \_\_\_\_\_ at Harvard University.  
 a) degree      b) grade      c) qualification      d) standard
2. When Mrs. Green was at college, she won the first \_\_\_\_\_ for good results.

- a) present            b) price            c) prize            d) reward
3. I go \_\_\_\_\_ the University \_\_\_\_\_ tram.  
a) in, on            b) to, by            c) in, by            d) to, with
4. Jim did not like his first \_\_\_\_\_ at college at all.  
a) course            b) period            c) presence            d) term
5. All \_\_\_\_\_ need some \_\_\_\_\_ of psychology.  
a) parent, knowledges            b) parent, knowledge  
c) parents, knowledges            d) parents, knowledge
6. New students must \_\_\_\_\_ for classes before term begins.  
a) enroll            b) enter            c) join            d) teach
7. That work is needed by next Tuesday, so make sure to keep to the \_\_\_\_\_.  
a) dead end            b) deadline            c) deadlock            d) dead stop
8. Ann is interested \_\_\_\_\_ foreign languages.  
a) for            b) in            c) about            d) on
9. Please find \_\_\_\_\_ a copy of the letter I received from the college.  
a) contained            b) covered            c) enclosed            d) included
10. He asked his teacher's \_\_\_\_\_ about going to the University.  
a) advice            b) experience            c) information            d) knowledge
11. Mathematics is a \_\_\_\_\_ subject at college.  
a) forced            b) compulsory            c) required            d) must
12. What problems \_\_\_\_\_ at the lecture yesterday?  
a) did you discuss            b) did you discussed  
c) were you discussing            d) discussed you
13. A \_\_\_\_\_ is all the different courses that are taught in a college.  
a) curriculum            b) scheme            c) timetable            d) schedule
14. Your \_\_\_\_\_ in an examination or piece of written work is the mark you get that indicates your level of achievement.  
a) score            b) grade            c) degree            d) qualification
15. Kelly is an excellent student and she's never \_\_\_\_\_ truant from college.  
a) played            b) left            c) been            d) tried

16. She \_\_\_\_\_ English since she entered University.  
 a) is studying      b) has been studying      c) studies      d) has studying
17. She was sure that everything \_\_\_\_\_ right in time.  
 a) will come out                      b) would come out  
 c) came out                              d) would came out
18. There aren't \_\_\_\_\_ easy ways of learning a foreign language.  
 a) some                      b) any                      c) no                      d) few
19. He \_\_\_\_\_ interviewed at the moment.  
 a) is                      b) is being                      c) has been                      d) is been

**Task 4. Insert the prepositions «to», «in», «for», «to», «at», «of», «on», «by» where necessary:**

1. My father always comes ... home late.
2. I like to listen ... the news ... the morning.
3. My brother leaves ... school ... 8 o'clock a.m.
4. I come ... the University on time.
5. My mother goes ... the theatre every week.
6. I leave ... home ... the University ... half past 7.
7. My mother comes ... home early.
8. It takes him 20 minutes to get ... the swimming-pool.
9. It is very cold. Put ... your fur-coat.
10. ... breakfast I often watch ... TV.
11. The classes are over. Go ...home.
12. I leave my coat ... the cloak-room and go ... the lecture hall.
13. It is very pleasant to listen ... the music ... the evening.
14. It is so warm. Let's go ... a walk.
15. Give me tea instead ... coffee.
16. Lots of students ... our faculty take part ... amateur art activities.
17. He is very punctual. He is always ... time.
18. Most students go ... the University ... bus.

**Task 5. Choose the right variant:**

1. My parents were very glad to meet \_\_\_\_\_.  
a) he            b) him            c) his            d) he's
2. No we \_\_\_\_\_ the first year students.  
a) are            b) is            c) -            d) to be
3. I go \_\_\_\_\_ the University \_\_\_\_\_ tram.  
a) in, on            b) to, by            c) in, by            d) to, with
4. The news from Mary \_\_\_\_\_ very good.  
a) be            b) are            c) -            d) is
5. All \_\_\_\_\_ need some \_\_\_\_\_ of psychology.  
a) parent, knowledges            b) parent, knowledge  
c) parents, knowledges            d) parents, knowledge
6. \_\_\_\_\_ house is very big.  
a) my parent's            b) my parents'            c) my parents's            d) my parents
7. This is \_\_\_\_\_ amusing film. I like it very much.  
a) a            b) an            c) the            d) -
8. Ann is interested \_\_\_\_\_ foreign languages.  
a) for            b) in            c) about            d) on
9. I enjoyed \_\_\_\_\_ very much at Ann's party.  
a) oneself            b) my            c) me            d) myself
10. I think that he speaks English \_\_\_\_\_ than Ann.  
a) bad            b) badly            c) worse            d) worst
11. George always \_\_\_\_\_ and \_\_\_\_\_ before eating.  
a) is shaving, dressing            b) shaves, dresses  
c) had shaved, dressed            d) shave, dress
12. What problems \_\_\_\_\_ at the lecture yesterday?  
a) did you discuss            b) did you discussed  
c) were you discussing            d) discussed you
13. My niece is \_\_\_\_\_ student. She studies at... Oxford University.

- a) -, the            b) a, the            c) a, an            d) a, -
14. \_\_\_\_\_ Jane look beautiful today?
- a) doesn't            b) isn't            c) aren't            d) don't
15. \_\_\_\_\_ television when I phoned you.
- a) were you watching            b) did you watch  
c) did you watching            d) are you watching
16. I haven't finished my drawing \_\_\_\_\_.
- a) already            b) before            c) just            d) yet
17. \_\_\_\_\_ he interested in psychology?
- a) did            b) does            c) do            d) is
18. There aren't \_\_\_\_\_ easy ways of learning a foreign language.
- a) some            b) any            c) no            d) few
19. Its \_\_\_\_\_ third time you ask me \_\_\_\_\_ same question.
- a) the, the            b) the, a            c) a, the            d) the, -
20. He goes to the University on \_\_\_\_\_.
- a) car            b) bus            c) tram            d) foot

**Task 6. Put the words into the right order:**

1. at end the month my get I the of salary  
\_\_\_\_\_
2. busy a have This week to Monday from schedule Friday I  
\_\_\_\_\_
3. insurance of a benefit job this is Health  
\_\_\_\_\_
4. I work year I promotion hard a will If get this  
\_\_\_\_\_
5. with many I responsibilities don't job want a  
\_\_\_\_\_
6. 5 only applicants 1000 for There are positions  
\_\_\_\_\_

7. or you teamwork leadership at Are better?  
\_\_\_\_\_
8. People salaries more earn with qualifications higher  
\_\_\_\_\_
9. Good making at Are decisions you?  
\_\_\_\_\_
10. Job things say negative interview about last your your at Don't  
\_\_\_\_\_
11. a lot unemployment There is of nowadays  
\_\_\_\_\_
12. going When to retire are you?  
\_\_\_\_\_

**Keys:**

1. I get my salary at the end of the month.
2. This week I have a busy schedule from Monday to Friday.
3. Health insurance is a benefit of this job.
4. If I work hard this year I will get a promotion.
5. I don't want a job with many responsibilities.
6. There are only 5 positions for 1000 applicants.
7. Are you better at leadership or teamwork?
8. People with more qualifications earns higher salaries.
9. Are you good at making decisions?
10. Don't say negative things about your last job at your interview.
11. There is a lot of unemployment nowadays.
12. When are you going to retire?

**Task 7. Test:**

1. Nowadays the market demands in this petroleum product \_\_\_\_\_ more and more.  
a) are increasing    b) has increasing    c) were increased    d) is increased

2. The contract \_\_\_\_\_ at the board meeting now.  
 a) is discussed b) was discussed c) is being discussed d) was being discussed
3. Wait a minute! The document \_\_\_\_\_ by the secretary at the moment.  
 a) is being typed b) has been typed c) was typed d) is typed
4. The papers \_\_\_\_\_ by the Managing Director yet. He is on business trip.  
 a) haven't been signed b) aren't signed  
 c) weren't signed d) weren't being signed
5. She \_\_\_\_\_ the Head of the Information Systems Department two months ago.  
 a) is being appointed b) was appointed  
 c) is appointed d) has been appointed
6. In a few minutes I will \_\_\_\_\_ for their call for three hours already.  
 a) be waiting b) have been waiting c) have waited d) wait
7. My colleague's words made me \_\_\_\_\_ uncomfortable.  
 a) feel b) to feel c) feeling d) felt
8. We expect our partners \_\_\_\_\_ later than usual.  
 a) arrive b) to arrive c) arriving d) be arriving
9. I have to get my photograph \_\_\_\_\_ for a new passport.  
 a) taking b) take c) to take d) taken
10. What makes you \_\_\_\_\_ such rash actions?  
 a) do b) to do c) doing d) done
11. I watched his secretary \_\_\_\_\_ the letters. I wanted to have my letters \_\_\_\_\_ as soon as possible.  
 a) typing, typed b) type, type c) to type, typing d) typed, to type
12. The director allowed his guests \_\_\_\_\_ in his room.  
 a) smoke b) to smoke c) smoking d) smoked
13. Few people will \_\_\_\_\_ to deny this fact.  
 a) found b) find c) be found d) be finding
14. Things seemed \_\_\_\_\_ in a hurry.  
 a) to have been packed b) to be packed c) to have packed d) packed

15. I've got nothing \_\_\_\_\_ you.  
 a) to have offered    b) to offer    c) to be offered    d) to have been offered
16. Everybody believed him \_\_\_\_\_ long ago.  
 a) to have died    b) to die    c) to be die    d) to have been died
17. I don't like \_\_\_\_\_ this way.  
 a) to have treated    b) to treat    c) to be treated    d) to have been treating
18. I was made \_\_\_\_\_ the report.  
 a) to rewrite    b) rewrite    c) and rewrote    d) rewriting
19. For a job \_\_\_\_\_ you should wear the right clothes.  
 a) interview    b) talk    c) conversation    d) chat
20. When you start looking for a job, make sure that your \_\_\_\_\_ is up-to-date.  
 a) biography    b) curriculum vitae    c) self-advertisement    d) notice

#### **10. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины.**

В рамках компетентного подхода основной задачей образования в области иностранного языка является развитие ключевой компетентности студентов – образовательной. Образовательная компетентность в данной программе рассматривается как интегративный личностный комплекс, представляющий собой единство теоретической и практической готовности и способности студента к осуществлению образовательной деятельности. ЗУН, полученные студентами в рамках образовательной компетенции, переносятся на их собственную деятельность посредством различных технологий.

*Знания, умения, навыки, осваиваемые обучающимися при изучении дисциплины:*

- владение лексическим минимумом в соответствии с характеристикой словарного запаса и употребления словаря для уровня В2+: хороший словарный запас по профессиональной/представляющей интерес тематике и на общие темы; в основном высокий уровень владения лексикой;
- развитие слухового восприятия и понимания естественной (аутентичной) речи;
- знание правил речевого этикета и умение использовать их в различных ситуациях личного и профессионального общения;

- формирование навыков логического и композиционного оформления письменного и устного высказывания;
- умение вести беседу-диалог профессионального характера;
- формирование навыков ведения дискуссии в рамках изучаемой тематики и проблематики;
- формирование навыков беглого, ознакомительного, поискового и аналитического чтения оригинальных неадаптированных текстов со словарем и без словаря с целью поиска, систематизации, анализа и синтеза информации, последующей интерпретацией и переводом на русский язык;
- знание культуры и основных этапов истории стран.

Цель данного этапа обучения – овладение коммуникативными компетенциями по английскому языку по четырем видам речевой деятельности (говорению, аудированию, чтению и письму) на уровне, соответствующем уровню В2 («продвинутый» в общеевропейских компетенциях владения иностранным языком).

Задачи:

- Формирование у студентов лингвистической компетенции в процессе овладения основами языка
- Овладение студентами практическими навыками деловой, устной и письменной коммуникации для дальнейшего использования языка в учебной, научной и профессиональной деятельности и формирование отдельных элементов профессиональной компетенции.
- Расширение кругозора студентов, приобретение ими новых знаний в области гуманитарных наук и искусств, изучения культуры стран изучаемого языка; формирование общей культуры и социокультурной компетенции.

К концу данного этапа обучения студент должен:

- Овладеть лексикой по изученным темам, уметь грамотно и уместно использовать его для адекватного выражения мыслей в бытовых и профессиональных ситуациях общения, активно применяя устойчивые лексико-синтаксические структуры речевого взаимодействия, понимать и использовать наиболее употребительные идиомы и фразовые глаголы.
- Усовершенствовать восприятие и понимание на слух естественной английской речи, вне зависимости от акцента и внешних факторов.
- Уметь извлечь из устной и письменной речи необходимую информацию с тем, чтобы затем связно, аргументировано и грамотно изложить её как в устной, так и в письменной форме в соответствии с поставленной коммуникативной задачей.

– Демонстрировать навыки структурно оформленного и логически выверенного письменного и устного высказывания, применяя навыки критического мышления, отбора и систематизации информации. Творчески используя шаблоны, научиться переходить к продуцированию более независимой и естественной речи.

– Принимать во внимание социокультурную составляющую иностранного языка, не нарушать правил культуры речи, осознанно использовать полученные знания в ситуациях личного и профессионального общения.

– Благодаря освоению различных видов чтения, научиться извлекать нужные данные, анализировать, синтезировать, классифицировать, интерпретировать информацию. Кроме того, начать воспринимать тексты на языке как дополнительный источник информации о стране изучаемого языка и особенностях мышления и мировоззрения людей, использующих его.

Достижение поставленных целей невозможно без *самостоятельной работы студентов*, которая предполагает *рациональную организацию обучения* за счет:

– четкого планирования работы студента. Здесь важна помощь преподавателя: обучения приемам работы со справочной литературой, составление аннотаций и т.п.;

– за счет использования обучающих программ;

– за счет эффективного использования времени на аудиторных занятиях.

Организация самостоятельной работы студентов (аудиторной и внеаудиторной) обеспечивает решение следующих задач:

– постепенной подготовки студентов к переходу от чтения специально обработанных текстов к оригинальной литературе;

– обучения самостоятельно анализировать, обсуждать, систематизировать материал, выделять главное, делать выводы, аргументировать.

Аудиторная самостоятельная работа включает:

– самостоятельное изучение тем;

– выполнение индивидуальных заданий и тестов;

– Внеаудиторная самостоятельная работа включает:

– изучение текстов, тем, газетных статей по темам программы;

– подготовка сообщений, рефератов, докладов по темам программы;

– занятия в мультимедийном компьютерном классе.

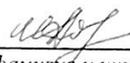
Для развития лексических навыков студентам необходимо регулярно вести рабочий словарь.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» «18» мая 2021 года, протокол № 10.

Разработчик:

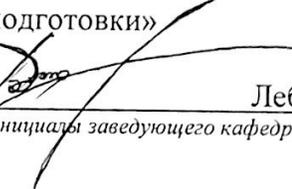
ст.преподаватель



Абрамова И.А.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)*

Заведующий кафедрой № 7 «Языковой подготовки»



Лебедева Н.А.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)*

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.ф.н., доцент

Майор М.Н.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)*

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «16» июня 2021 года, протокол № 7.