

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Документ подписан в:

Дата подписания: 19.03.2025 19:34:06

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«20» мая 2025 г.

**Рабочая программа дисциплины
Иностранный язык (английский)**

Направление подготовки

44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Направленность (профиль) программы бакалавриата

44.03.05.02 Русский язык и Литература

Для набора 2025 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Иностранные языки для гуманитарных специальностей**Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Курс Вид занятий	1		2		Итого	
	уп	рп	уп	рп		
Практические	10	10	12	12	22	22
Итого ауд.	10	10	12	12	22	22
Контактная работа	10	10	12	12	22	22
Сам. работа	94	94	123	123	217	217
Часы на контроль	4	4	9	9	13	13
Итого	108	108	144	144	252	252

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.02.2025 г. протокол № 9.

Программу составил(и): асс., Лебединский Д.Э.;к.ф.н., доцент, Бирюков Н.Г.

Зав. кафедрой: к. филол.н., доцент Т.М. Гермашева

Методический совет: к.искусств.н., доцент Н.М. Усенко

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 формирование у обучающихся способностей и готовности к межкультурному общению.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации (соотнесено с индикатором УК-4.1)

Уметь:

- применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения (соотнесено с индикатором УК-4.2)

Владеть:

- навыками межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств (соотнесено с индикатором УК-4.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Unit 1 "People of the World"

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Тема 1.1 Unit " Heroes and Villains" Диагностическое тестирование.s/b Unit 1 Lessons 1a Lead in ex.1\$ Listening p.6 Ex-s 2-3; Reading p. 6 ex.3;verbs: to be, to have	Практические занятия	1	4	УК-4
1.2	Тема 1.2 S/b Speaking p.7 ex.6; Writing ex.6 p.7;w/b p.4 ex.1	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
1.3	Тема 1.3 Vocabulary practice (Character).p.8 ex-s 1-5; Listening p.9 ex-s 6-7	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
1.4	Тема 1.4 W/b Lessons 1b p.5 ex-s 2-5	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
1.5	Тема 1.5 S/ b Present & Past Continuous, p.10; ex.1-3; Listening p.10 ex-s 3-4;Reading p.11 ex-s 5-6;Writing p.11 ex8.	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
1.6	Тема 1.6 W/b. Grammar in use p.p.6-7 ex.3-7; Reading p.8x-s 1-3	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
1.7	Тема 1.7 S/b Listening and speaking skills Personal qualities p.12 ex-s 1-3;p.13 ex-s 4-8; Oral topic" Does appearance matter?"; Translation; Rendering.	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
1.8	Тема 1.8 W/b Listening p.9 ex-s 1-4; p.10-11 ex-s 1-8	Самостоятельная работа	1	4	УК-4

Раздел 2. Unit 2 "Lifestyles"

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	Тема 2.1. Unit 2 "Lifestyles" Lead-in Speaking, Reading, Writing p.16-17 ex-s 1-5;Vocabulary Practice pp.18-19 ex-s 1-9	Практические занятия	1	2	УК-4
2.2	Тема 2.2 W/b Vocabulary Practice pp.12-13 ex-s 1-6	Самостоятельная работа	1	6	УК-4
2.3	Тема 2.3 S/b 2a Grammar in Use "Comparatives and Superlatives" pp.20-21 ex-s 1-8; w/b pp 14-15 ex-s 1-5	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
2.4	Тема 2.4 Writing a letter of application" p.24 ex-s 1-4; Translation; Rendering	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
2.5	Тема 2.5 Self -Assessment Module 1 pp.26-27 ex-s 1-8; Oral topic "lifestyles";Rendering an article.	Самостоятельная работа	1	4	УК-4

Раздел 3. Unit 3 " Earth calling "					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
3.1	Тема 3.1 Unit 3 S/b Unit 3a, " The Earth in our hands". Lead-in pp. 30 ex-s ; Reading ex.2;Speaking ex.3; Listening ex.4	Практические занятия	1	2	УК-4
3.2	Тема 3.2 Vocabulary practice "Environmental Issues" p. 32 ex.1; Listening p.32 ex.2; Speaking pp.32-33 ex-s 4-8.	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
3.3	Тема 3.3 Grammar in use 'Present Perfect/Present Perfect Continuous " Reading,Listening,Speaking p.34 ex-s 1-6	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
3.4	Тема 3.4 Listening and Speaking Skills "Protecting animals" p.36 ex.1; Describing pictures p.36 ex-s 2-3.;Translation;Rendering.	Самостоятельная работа	1	6	УК-4
3.5	Тема 3.5 Vocabulary practice "Environmental issues" pp. 20-21 ex-s 1-7; Reading p.24 ex-s 1-4 ; Listening and Speaking p. 25 ex.-s 1-3	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
Раздел 4. Unit 4 "Travellers' Tales'					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
4.1	Тема 4.1 Unit 4 S/b Section 4a Lead-in Speaking,Listening pp.40-41 ex-s 1-5	Практические занятия	1	2	УК-4
4.2	Тема 4.2 S/b Writing an advertisement p.40 ex. 5b	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
4.3	Тема 4.3 Vocabulary practice pp.42-43 ex-s 1-8	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
4.4	Тема 4.4 W/b p.28 ex-s 1-3	Самостоятельная работа	1	2	УК-4
4.5	Тема 4.5 S/b Grammar in use " Past Simple /Past Continuous"; Definite/Indefinite articles pp.44-45 ex-s 1-10	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
4.6	Тема 4.6 S/b Listening and Speaking skills pp 46-47 ex-s 1- 9	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
4.7	Тема 4.7 S/b Writing a story (1st person narrative) p.48 ex-s 1-6	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
4.8	Тема 4.8 W/b Reading p.32 ex-s 1-4	Самостоятельная работа	1	2	УК-4
4.9	Тема 4.9 S/b pp.50-51 ex-s 1-8; Oral topic" Travelling"; Translation; Rendering an article.	Самостоятельная работа	1	4	УК-4
4.10	Тема 4.10 W/b Writing a story p.34-35 ex-s 1-5	Самостоятельная работа	1	2	УК-4
4.11	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	1	4	УК-4
Раздел 5. Unit 5 "On Offer"					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
5.1	Тема 5.1 Unit 5"Moments in Life";Unit 5 "On offer" Lead-in pp. 54-55 ; reading; Listening; Speaking ex-s 1-7	Самостоятельная работа	2	6	УК-4
5.2	Тема 5.2 Vocabulary practice : Shops and products; Reading; Asking for prices; Listening;pp.56-57 ex-s 1-8	Самостоятельная работа	2	6	УК-4
5.3	Тема 5.3 Grammar in use "Modals (present /past forms); Making requests; Too/ enough; Phrasal verb "Look" pp.58-59 ex-s 1-13	Самостоятельная работа	2	6	УК-4
5.4	Тема 5.4 Listening and speaking skills : Losing patience/Calming down; Describing objects;Offering and accepting gifts pp.60-61 ex-s1-10	Практические занятия	2	8	УК-4
5.5	Тема 5.5 W/b Reading p.40 ex-s 1-3; Listening and Speaking p.41 ex-s 1-4	Самостоятельная работа	2	8	УК-4
5.6	Тема 5.6 Writing a report assessing a good and bad points p.62 ex.-s 1-3	Самостоятельная работа	2	8	УК-4
5.7	Тема 5.7 W/b Writing a report assessing a good and bad points p.62 ex.-s 1-3 Oral topic" On Offer"; Translation; Rendering an article.	Самостоятельная работа	2	8	УК-4
Раздел 6. Unit 6 "Happy Days"					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции

6.1	Тема 6.1 Unit 6 "Happy Days" Lead -in Listening; Reading ;Speaking; Writing pp.64-65 ex-s 1-6	Самостоятельная работа	2	8	УК-4
6.2	Тема 6.2 W/b Vocabulary practice "Celebrations" :Greetings/ Wishes" pp.44-45 ex-s 1-5	Самостоятельная работа	2	8	УК-4
6.3	Тема 6.3 Grammar in use (Future forms) pp.68-69 ex-s 1-8	Самостоятельная работа	2	8	УК-4
6.4	Тема 6.3 Listening and Speaking: making arrangements, giving offers, inviting p.70-71 ex-s 1-10;	Самостоятельная работа	2	4	УК-4
6.5	Тема 6.4 Reading p.48 ex-s 1-4; Listening skills p.49 ex-s 1-3	Самостоятельная работа	2	4	УК-4
6.6	Тема 6.5 Writing a postcard p.72 ex-s 1-5; Culture Clip: Reading and listening p.73 ex-s 1-5	Практические занятия	2	4	УК-4
6.7	Тема 6.6 W/b p.50-51 ex-s 1-5 Writing (an article describing a festival you attend) ; Oral topic "Happy Days"; Translation; Rendering an article.	Самостоятельная работа	2	7	УК-4

Раздел 7. Unit 7 "Eating Out"

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
7.1	Тема 7.1 Unit 7 "Eating out" Lead-in ;Listening;Writing;Speaking pp.78-79 ex-s 1-5	Самостоятельная работа	2	2	УК-4
7.2	Тема 7.2 Vocabulary practice :Cooking methods; in the supermarket; food tastes pp. 52-53 ex-s 1-7	Самостоятельная работа	2	4	УК-4
7.3	Тема 7.3 Grammar in use (Past Perfect/ Past Continuous) pp.54-55 ex-s 1-9	Самостоятельная работа	2	2	УК-4
7.4	Тема 7.4 W/b Grammar in use p. 82 Countable and uncountable nouns pp. 82-ex-s 1-9	Самостоятельная работа	2	6	УК-4
7.5	Тема 7.5 Listening and Speaking skills:Eating out; Table manners;Describing pictures p.84-85 ex-s 1-9	Самостоятельная работа	2	2	УК-4
7.6	Тема 7.6 W/b Writing (a thank you e-mail) pp.58-59 ex-s 1-6	Самостоятельная работа	2	2	УК-4
7.7	Тема 7.7 Writing a Story pp.86 ex-s 1-5; Rendering an article	Самостоятельная работа	2	2	УК-4
7.8	Тема 7.8 Literature Corner: translation; Oral topic: Eating out"	Самостоятельная работа	2	2	УК-4

Раздел 8. Unit 8 "Fit for life"

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
8.1	Тема 8.1. Unit 8 "Fit for Life Speakig, Reading, Writing p.88-83 ex-s 1-5;Vocabulary Practice pp90-91 ex-s 1-6	Самостоятельная работа	2	4	УК-4
8.2	Тема 8.2 W/b Vocabulary Practice pp.60-61 ex-s 1-7	Самостоятельная работа	2	2	УК-4
8.3	Тема 8.3 S/b 2a Grammar in Use "Passive Voice" pp-92-93 ex-s 1-11.	Самостоятельная работа	2	4	УК-4
8.4	Тема 8.4 Listening and Speaking skills pp. 64-65 ex-s 1-5	Самостоятельная работа	2	2	УК-4
8.5	Тема 8.5 Reading p.64 ex-s 1-5; Translation; Rendering	Самостоятельная работа	2	4	УК-4
8.6	Тема 8.6 Writing a letter of application" p.24 ex-s 1-4; Translation; Rendering	Самостоятельная работа	2	4	УК-4
8.7	Подготовка к промежуточной аттестации	Экзамен	2	9	УК-4

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Учебные, научные и методические издания

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
---------------------	----------	-------------------	-------------------------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Агабекян И. П.	Английский язык для бакалавров: учеб. пособие для студентов вузов	Ростов н/Д: Феникс, 2015	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 41 экз.
2	Черемина В. Б., Петрова Ю. А., Гордиенко Д. Я.	Английский язык профессионального общения: учеб. пособие	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2015	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 57 экз.
3	О' Нилл Р., Дукворт М., Гайд К.	Интенсивное обучение английскому языку. Первый сертификат	Оксфорд: Oxford Universiti Press, 2009	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 144 экз.
4	Зиятдинова Ю. Н.	Practical modern english lexicology: практическая лексикология современного английского языка: учебное пособие	Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2008	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5		EnglishMag: журнал		ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6		Changing Societies & Personalities	, 2017	ЭБС «IPR SMART»

5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

PROMT – переводчики и словари – www.promt.ru
 Переводчик онлайн и словарь от PROMT – www.translate.ru
 Портал открытых данных РФ <https://data.gov.ru/>

5.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС
 Libre Office

5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)			
Знать современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации	Изучение рекомендованной литературы, самостоятельный поиск и обработка информации	Полнота и правильность перевода (орфографическая, грамматическая, синтаксическая), соответствие стилистики переводного текста его содержанию, перевод оформлен в соответствии с грамматическими и синтаксическими правилами русского / английского языка	1 семестр: Вопросы к зачету (1-20), контрольные задания (раздел 1-4), комплект заданий по профессиональным текстам (1-4), тест 1 (1-20) 2 семестр: Вопросы к экзамену (1-10), контрольные задания (раздел 5-8), комплект заданий по профессиональным текстам (5-8), тест 2 (1-20)
Уметь применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения	Чтение и устный перевод текста с английского языка на русский язык	Исходная информация передана полностью и верно, продемонстрировано умение бегло устно передавать полное содержание иноязычного текста с учетом его стилистических особенностей	1 семестр: Вопросы к зачету (1-20), контрольные задания (раздел 1-4), комплект заданий по профессиональным текстам (1-4), тест 1 (1-20) 2 семестр: Вопросы к экзамену (1-10), контрольные задания (раздел 5-8), комплект заданий по профессиональным текстам (5-8), тест 2 (1-20)

<p>Владеть навыками межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств</p>	<p>Изучение рекомендованной литературы, самостоятельный поиск и обработка информации</p>	<p>Уверенно и самостоятельно принимает решения по поддержанию коммуникации даже в нестандартных ситуациях. Демонстрирует умение вести профессиональное общение на иностранном языке, точно и ёмко отвечать на поставленные вопросы, развернуто и аргументировано выражать свое мнение</p>	<p>1 семестр: Вопросы к зачету (1-20), контрольные задания (раздел 1-4), комплект заданий по профессиональным текстам (1-4), тест 1 (1-20) 2 семестр: Вопросы к экзамену (1-10), контрольные задания (раздел 5-8), комплект заданий по профессиональным текстам (5-8), тест 2 (1-20)</p>
---	--	---	--

1.1 Шкалы оценивания

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

Для экзамена:

- 84-100 баллов (оценка «отлично»)
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»)
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

Для зачета:

- 50-100 баллов (зачтено)
- 0-49 баллов (не зачтено)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету 1 семестр

1. Британская пресса.
2. История русского языка.
3. Области журналистики.
4. Журналистская этика.
5. Известные журналисты.
6. Телевидение Великобритании.
7. Радио Великобритании.
8. Блоги: новая форма коммуникации или новый тип журналистики?
9. Ведущие каналы современного британского телевидения.
10. Возникновение периодической печати в мире. Причины появления печати.
11. Журналистика современной Англии.
12. Жанры современной журналистики.
13. Интервью в современной журналистике: понятие, подготовка, проведение.

14. Крупнейшие международные медиа-холдинги. Их характеристика и влияние на развитие мировой журналистики.
15. Основная характеристика и особенности СМИ Великобритании
16. Экономика Британии.
17. Отношения между британскими СМИ и британским обществом.
18. Реклама и СМИ.
19. Функции журналистики
20. Классификация современных британских журналов.

Критерии оценивания:

- 50-100 баллов (зачтено) выставляется, если при ответе были соблюдены все фонетические правила английского языка, произношение и интонация слов переданы верно; перевод выполнен верно, продемонстрировано знание лексики и грамматики текстов по тематике; студент продемонстрировал способность понимать на слух вопросы на английском языке и давать на них грамотные убедительные ответы;

- 0-49 баллов (не зачтено) выставляется, если студент продемонстрировал непонимание текста, не смог передать его содержание либо передал неверно; при чтении текста были допущены значительные фонетические ошибки; при переводе продемонстрировано незнание большого количества лексических единиц и грамматических явлений; продемонстрирована неспособность понимать на слух вопросы на английском языке и давать на них верные ответы.

**Вопросы к экзамену
2 семестр**

1. Environmental protection
2. Travelling abroad (passport and customs control)
3. Applying for a job
4. Computers and their role in modern world (pluses and minuses)
5. Our world in 50 years (modern techniques and innovations)
6. What makes a good journalist
7. Work of the foreign correspondent
8. Success in interviewing
9. The world-famous newspapers
10. Training for journalism in Britain

Критерии оценивания:

- 84-100 баллов (оценка «отлично») выставляется студенту, если он в целом справился с поставленными речевыми задачами. Его высказывания были связанными и логически последовательными. Диапазон используемых языковых средств был достаточно широк. Языковые средства были правильно употреблены, практически отсутствовали ошибки, нарушающие коммуникацию, или они были незначительными. Показал легкость речи и достаточно правильное произношение. Его речь была эмоционально окрашена, в ней имели место не только передача отдельных фактов, но и элементы их оценки, выражения собственного мнения.

- 67-83 балла (оценка «хорошо») выставляется студенту, если он в целом справился с поставленными речевыми задачами; Высказывание было связанным и последовательным. Использовал довольно большой объем языковых средств, которые были употреблены правильно. Однако сделал отдельные ошибки нарушающие коммуникацию. Его речь была недостаточно окрашена, элементы оценки имели место, но в большей степени высказывание содержало информацию и отражало конкретные факты;

- 50-66 балла (оценка «удовлетворительно») ставится студенту, если он частично справился с коммуникативной задачей, но грамматические структуры не соответствовали коммуникативной задаче. Использовал минимальный объем языковых средств. Делал частые паузы на поиск нужных слов или на построение предложений. Не показал автоматизм ответов.

- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно») выставляется студенту, если он не справился с коммуникативной задачей. Не соблюдал нормы произношения, грамматики, не знал общеупотребительной лексики. Не показал умения отвечать на вопросы по существу за короткий промежуток времени.

Контрольные задания 1 семестр

Раздел 1.

Задание 1. Заполните таблицу во всех временах и аспектах с глаголом to cook — готовить в 1-ом лице единственного числа. Дайте перевод под каждым английским глаголом.

Аспект Время	Simple	Continuous	Perfect	Perfect Continuous
Настоящее	I cook Я готовлю			
Прошедшее				
Будущее				

Задание 2. Из данных английских грамматических форм выберите ту, которую вы употребили бы при переводе следующих русских предложений:

- 1) Я **учу** английские слова обычно на ночь
a) learn b) am learning c) have learned
- 2) Я **учу** английский язык уже несколько лет, с 1990 г.
a) am studying b) have been studying c) study d) had studied
- 3) В настоящее время я **пишу** этот тест, не отвлекайте меня.
a) write b) am writing c) have been written
- 4) Я никогда не **писал** таких тестов.
a) wrote b) have written c) was writing
- 5) Я **окончил** школу в 1992 г.
a) had left b) left c) have left
- 6) Я **прочитал** английский рассказ вчера перед тем, как мама вернулась с работы.
a) had read b) read c) was reading
- 7) В прошлом году в это время я **готовился** к экзамену по английскому языку.
a) prepared b) was preparing c) had prepared
- 8) Весной я **буду сдавать** экзамены по четырем предметам.
a) shall take b) shall be taking c) shall have taken
- 9) Мы **сдадим** все экзамены в университет к концу августа.
a) shall pass b) shall have passed c) shall be passed

Задание 3. Прочтите текст и переведите только подчеркнутые глаголы

There are still thousands of different species of animals alive on earth. In the past there were more. 360 species **have disappeared** since the year 1600. Now almost one thousand more are in danger of disappearing. Where **have** all the tigers **gone**? Fifty years ago there were 50,000 tigers. Now there are less than 3000. If people **didn't hunt** big cats for their furs, there would be many more of them. What **has happened** to the whales? Very few of the three largest species of whales are left.

There are about 200,000 plant species in the world. 200,000 of them – one in ten- are in danger of disappearing. What **will happen** to man himself, if this goes on? **Will** he join the dodo - a bird that died out long ago? Many nations **have noticed** this danger. In some countries there are large national parks to save some species. Many big zoos in the world **are trying** to protect 'some rare animals that are in danger of isappearing. Some organizations are working for this end, too. As a scientist **has said** " You can't just save one eagle, you must save the forest".

Раздел 2.

Задание 1. Перед вами видо-временная таблица. Напишите, где в 3-ем лице единственного числа с глаголом to build формы в страдательном залоге. Дайте русский перевод под каждым английским глаголом.

Аспект Время	Simple	Continuous	Perfect
Настоящее	Is built		
Прошедшее			
Будущее			

Задание 2. Из данных английских грамматических форм выберите ту, которую вы употребили бы при переводе следующих предложений:

- 1) Много домов было построено в прошлом году.
a) were built b) had built
- 2) Когда я приехал в этот город, этот дом строился.
a) was built b) had been built c) was building d) was being built
- 3) Много домов строится в Москве ежегодно.
a) are built b) have been built c) were being built.
- 4) Этот дом был уже построен, когда я приехал
a) was built b) had been built c) was being built

Задание 3. Какое предложение вы бы выбрали, если бы хотели сказать, что Москва самый большой город в России?

- 1) Moscow is a large city of Russia.
- 2) Moscow is the largest city of Russia.
- 3) Moscow is one of the largest cities of Russia

Задание 4. Переведите только подчеркнутые степени сравнения прилагательных и наречий:

- 1) 800-year-old Moscow is one of the youngest giant cities in the world.
- 2) Two heads are better than one.

Раздел 3.

Задание 1. Заполните таблицу прилагательными big, heavy, interesting в трех степенях сравнения. Напишите русский перевод под каждым прилагательным.

Степень	Односложное	Двусложное	Многосложное
Положительная	Big большой	Heavy тяжелый	Interesting интересный
Сравнительная			
Превосходная			

Задание 2. Какой перевод данного английского предложения правилен?

This book is less interesting than that one

- 1) Эта книга более интересная, чем та.
- 2) Эта книга такая же интересная, как та.
- 3) Эта книга самая интересная.
- 4) Эта книга менее интересная, чем та.

Задание 3. В каком из 4-х предложений предмет обладает наивысшим качеством?

- 1) This house is .higher than my house.
- 2) This house is as high as my house.
- 3) This house is very high.
- 4) This house is the highest in our town.

Раздел 4.

Задание 1. Заполните таблицу модальными глаголами и их эквивалентами в настоящем, прошедшем и будущем времени. Модальные глаголы и их эквиваленты, выражающие *возможность can, may, to be able(to), to be allowed(to)*

Глагол \ Время	Настоящее	Прошедшее	Будущее
Возможность (реальная, физическая или умственная) Можно Может 1) can 2) to be able (to)			
Разрешение Могу, мне разрешено 3) may 4) to be allowed (to)			

Задание 2. Из данных модальных глаголов выберите тот, который вы употребили бы при переводе следующих предложений:

a) had to b) must c) are to d) ought to e) should

- 1) Инженер должен(необходимо) знать свойства строительных материалов, иначе может произойти несчастье.
- 2) Из-за болезни он должен был прервать учебу.
- 3) Студенты должны(им предстоит) сдавать экзамены по языку в июне.
- 4) Вы должны (обязаны) оберегать покой своих соседей и не включать громкоговорители на полную мощность поздно вечером.

5) Ты должна (тебе следует) позаботиться о своем здоровье и обратиться к врачу.

Задание 3. Спросите своего товарища, какую работу он должен был закончить на прошлой неделе.

- 1) What kind of work were you requested to finish last week?
- 2) What kind of work did you finish last week?
- 3) What kind of work could you finish last week?
- 4) What kind of work did you have to finish last week?

Задание 4. Объясните, что согласно договоренности, Ваша сестра должна была уехать в Лондон на прошлой неделе.

- 1) My sister was told to go to London last week.
- 2) My sister was to go to London last week.
- 3) My sister was able to go to London last week.
- 4) My sister could go to London last week.

Задание 5. Вы не принесли своему товарищу книгу. Объясните, что Вы не смогли найти ее вчера.

- 1) I didn't have to find this book yesterday.
- 2) I wasn't allowed to find this book yesterday.
- 3) I had to find this book yesterday.
- 4) I could not find this book yesterday.

2 семестр

Раздел 5.

Задание 1. Give the words with the opposite meanings to:

1. majority
2. consent
3. to pay attention
4. to win
5. to allow

Задание 2. Give the words with the similar meanings to:

1. to poll;
2. to resign;
3. to veto;
4. to violate;
5. to approve;
6. revenue;
7. impartial;
8. responsibility;
9. diverse.

Задание 3. Complete the following text with the words and phrases from the box, using them in the appropriate form.

constitution; structure; voter;	federal; government; to vote;	law; to govern; to be elected (2);
---------------------------------------	-------------------------------------	--

national; to name;	responsibility; violation;	to be appointed to be removed from office
-----------------------	-------------------------------	--

The United States is a (a) _____ union of 50 states, with District of Columbia as the seat of the (b) _____ government. The Constitution outlines (c) _____ of the national government and specifies its powers and activities. Other government activities are the (d) _____ of the individual states, which have their own (e) _____ and (f) _____. Within each state there are counties, townships, cities and villages, each of which has its own elective (g) _____.

All government in the United States is “of, by and for the people”. Members of Congress, the President, state officials and those who (h) _____ counties and cities (i) _____ by popular vote. The President (j) _____ the heads of federal departments while judges are either (k) _____ directly by the people or (l) _____ by elected officials (m) _____ mark unsigned ballot in private booths, so that no one else can find out for whom a citizen (n) _____ Public officials may (o) _____ for failing to perform their duties properly, as well as for serious (p) _____ of law.

Задание 4. Complete the table

1 тип	2 тип	3 тип
If the President appoints him, the Senate will approve	If the President appointed him, the Senate would approve	If the President had appointed him yesterday, the Senate would have approved
	If I were a lawyer I would like to be Supreme Court Justice	
		If a foreign diplomat had been involved in this case the Supreme Court would have heard it
If there is only the Supreme Court it will not be able to view all cases		
		We wouldn't have wasted so much time yesterday if everybody had come in time
	If I were you I wouldn't break the law	

Раздел 6.

Задание 1. Finish the sentences:

1. If I could adopt a new law ...
2. If I had a lot of money ...
3. If I were the President ...
4. If I won a car in a lottery ...
5. If I could speak English fluently ...
6. If I were Supreme Court Justice...

Задание 2. Transform Direct Speech into Indirect Speech.

1. She says, “I'll join you in a minute”.
2. He said to me, “I'm absolutely sure”.
3. He said, “The trial has been cancelled”.

4. They said "The coroners will inquire into unnatural deaths".
5. She asked me, "Does a solicitor deal with petty crimes".
6. I asked him, "Does the FBI investigate kidnapping?"
7. We asked them, "How did it happen?"
8. "What's the matter?" the policeman asked.
9. She said to me, "I'll vote next year".
10. My colleague asked, "When did the elections take place?"

Задание 3. Translate the following sentences from Russian into English.

1. К первому сентября выборы уже состоялись.
2. Когда я получил работу в суде, он уже был верховным судьей.
3. К тому времени его уже выбрали в сенат.
4. Она сказала, что участвовала в выборах в прошлом году.
5. Он написал, что такие случаи рассматриваются в апелляционном суде.
6. Мой брат сказал, что будет голосовать за этого кандидата.

Раздел 7.

Задание 1. Употребите инфинитив с частицей to или без нее. Переведите предложения на русский язык.

1. Why don't you (to take/take) a holiday?
2. She agreed (to help/help) me.
3. I think he'll agree (to have/have) the meeting in his office.
4. You were able (do/to do) it yourself.

Задание 2. Перепишите предложения, поставьте глагол в пассивном залоге. Переведите предложения на русский язык.

1. Windscreens (make) from glass.
2. My new car (deliver) tomorrow.
3. This shop (build) in 1956.
4. I (tell) about that yesterday.

Задание 3. Перепишите предложения, заменив активный залог на пассивный.

1. He was sure someone had moved his paper.
2. Alan will paint the house for us while we're away.
3. Somebody has drunk all the water.
4. Many citizens visited the Sales last week.

Задание 4. Замените пассивный залог на активный.

1. This building was designed by a German architect.
2. We're being driven to the airport by my brother.
3. He's been offered a good job by manager.
4. I was taught to use a computer by Mr. Wilson.

Задание 5. Укажите (напишите) инфинитив от следующих причастий II: broken, felt, gone, led, paid, met, put, sent, spent, told.

Задание 6. Перепишите и переведите текст, используя словарь.

WHOLESALING

Wholesaling is a part of the marketing system. It provides channels of distribution which help to bring goods to the market. Generally indirect channels are used to market manufactured

consumer goods. It could be from the manufacturer to the wholesaler, from the retailer to the consumer or through more complicated channels. A direct channel moves goods from the manufacturer or producer to the consumer.

Wholesaling is often a field of small business. About a quarter of wholesaling units account for one-third of total sales.

Two-third of the wholesaling middleman are merchant wholesalers who take title to the goods they deal in. There are also agent middlemen who negotiate purchases or sales or both. They don't take title to the goods they deal in. Sometimes they take possession though. These agents don't earn salaries. They receive commissions. This is a percentage of the value of the goods they sell.

Wholesalers simplify the process of distribution. As a wholesaler handles a large assortment of items from numerous manufacturers he reduces the problem of both manufacturer and retailer. The store-keeper does not have to deal directly with thousands of different people. He usually has a well-stocked store and deals with only a few wholesalers.

Answer the questions.

1. What is the aim of the wholesaling?
2. What is an indirect channel of distribution?
3. What channel of distribution is preferable?

Раздел 8.

Задание 1. Употребите инфинитив глагола с частицей **to** или без неё. Переведите предложения на русский язык.

1. I would love (learn / to learn) Japanese.
2. Do you know how (to use / use) computer?
3. If you want (to go / go) to China you have (to get / get) a visa.
4. Do you think Ann will agree (have / to have) the meeting in her office?

Задание 2. Перепишите предложения, поставьте глагол в пассивном залоге. Переведите предложения на русский язык.

1. Over forty languages (speak) in Kenya.
2. The telephone (invent) by a Scotsman.
3. You wedding dress (finish) in a couple of days.
4. Our shop (visit) by hundreds of buyers everyday.

Задание 3. Перепишите предложения, заменив активный залог на пассивный.

1. They've found your wallet in the supermarket.
2. The whole family watches this program.
3. Somebody has taken my book.
4. We were discussing the plan when he came.

Задание 4. Перепишите предложения, заменив пассивный залог на активный.

1. Paris is visited by thousand of tourists every year.
2. The last lecture will be given by Prof. James.
3. A definite answer will have been given you by Monday.
4. The catalogues may be looked through by our customer.

Задание 5. Укажите инфинитив от следующих причастий II:

brought, found, flown, hurt, left, made, seen, shown, stood, thought.

Задание 6. Перепишите и переведите текст, используя словарь.

RETAILING

Retailing is selling goods and services to the ultimate consumer. Thus, the retailer is the most expensive link in the chain of distribution. Being middlemen, they make their profit by charging the customer 25 to 100 per cent more than the price they paid for the item.

The retailers operate through stores, mail-order houses, vending machine operators. There are different types of retail stores: department stores, discount houses, cooperatives, single line retailers. The major part (over 95 per cent) of retail establishments concentrate on a single line of merchandise for example, food, hardware, etc. But nowadays there is a trend for many single line stores to take on a greater variety of supplies.

The retailer performs many necessary functions. First, he may provide a convenient location. Second, he often guarantees and services the merchandise he sells. Third, the retailer helps to promote the product through displays, advertising or sales people. Fourth, the retailer can finance the customer by extending credit. Also the retailer stores the goods in his outlet by having goods available.

Answer the questions.

1. What is retailing?
2. In what way does a retailer serve a customer?
3. In what way does a retailer serve a manufacturer?

Инструкция по выполнению: Время выполнения контрольных заданий составляет 60 минут.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов за каждый семестр, которое студент может набрать – 40 (10 баллов за 1 раздел)

– 10-9 баллов выставляется студенту, если изложенный материал фактически верен, присутствует наличие глубоких исчерпывающих знаний по подготовленному вопросу, в том числе обширные знания в целом по дисциплине; грамотное и логически стройное изложение материала, широкое использование не только основной, но и дополнительной литературы;

– 8-6 баллов выставляется студенту, если изложенный материал верен, наличие твердых знаний в объеме пройденной программы по подготовленному вопросу; изложение материала с отдельными ошибками, уверенно исправленными использованием основной литературы;

– 5-3 баллов выставляется студенту, показавшему не достаточно глубокое знание теории межкультурной коммуникации, не умеющему в полной мере аргументировано обосновать решение конкретных задач

– 2-0 балла выставляется студенту, если он не знает большей части основного содержания учебной программы, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении практических задач.

Комплект заданий по профессиональным текстам

1 семестр

Раздел 1.

Ознакомительное чтение. Прочитайте текст, выделите тему, основную мысль. Выполните задания по тексту. Перескажите основное содержание текста на английском языке.

THE BRITISH PRESS

Today, the daily newspapers of Britain can be divided very easily into two groups. The first group consists of the “quality” newspapers, which provide their readers with important political and other news of the day at home and abroad. These papers include The Times and The Daily Telegraph of London, The Guardian of Manchester, and a lot of other newspapers published outside London. Most of these newspapers have a circulation of only between 100,000 and 300,000, and The Daily Telegraph has a circulation of about a million. The great majority of these newspapers are strongly conservative in their politics, but they report fairly fully on political events, so that an intelligent reader can form some idea of what is going on in the world.

The second group of newspapers consists of the popular press. They do not report important world events, if a political story is sensational enough they will report it, but most of their space is devoted to what only can be described as gossip and personalities. Film stars’ babies, murder cases, and divorces often take most of place in their columns. These “popular” papers include the Daily Express and the Daily Mirror both with circulation of over four million daily and the Daily Mail, the Daily Sketch with circulation of between one million and two million. For every Englishman who reads one of the “serious” newspapers there are ten others who read the “popular” newspapers.

Big business advertisers have an enormous effect on the major part of the British daily press. It happens because it costs much more to print and distribute each copy of a paper than the reader pays for his copy. Since the publishers of the popular newspapers can make, they do not want to work at a loss, so they sell whole pages, half pages, and smaller space in their newspapers to the advertisers for them to make propaganda for their goods. The income from such advertisements is enormous: a full page advertisement in the Daily Express costs the advertiser \$ 10,000. The advertiser is only ready to pay this very large sum of money because he knows that his advertisement will be read by at least four million people.

Задание 1. Match English and Russian equivalents.

- | | |
|----------------------------------|-------------------------|
| 1. Daily newspapers | a. Рекламирывать товары |
| 2. intelligent reader | b. ежедневные газеты |
| 3. sensational events | c. умный читатель |
| 4. a copy of a paper | d. доход огромен |
| 5. make propaganda for the goods | e. сенсационные события |
| 6. income is enormous | f. экземпляр газеты |

Задание 2. Choose the right word.

- Today the daily newspapers in England can be into two groups.
a) published b) provided c) divided
- The quality newspapers are strongly
a) Conservative b) important c) sensational
- Film stars’ babies, murder cases, divorces often take most of place in their
a) copies b) pages c) columns
- The income from the is enormous.
a) propaganda b) advertisements c) newspapers

Задание 3. Complete the sentences.

- Today the daily newspapers in England can be divided into
- The first group consists of
- The second group of newspapers consists of
- Big business advertisers have an enormous effect on

Задание 4. Answer the questions on the text.

- What are the two groups of British daily newspapers?
- Are the “quality” newspapers strongly conservative?

3. What items do the “popular” newspapers report?
4. Can you name any “quality” and “popular” newspapers?
5. Are the Englishmen fond of “popular” newspapers?
6. Why does big business have an enormous effect on the daily press?

Раздел 2.

Прочитайте текст и переведите его письменно на русский язык. Выполните задания по тексту.

Press in the USA

All American newspapers and in general all periodicals are privately owned, controlled and managed. In addition to the commercial ones, a large number of publications are produced by industrial organizations and churches, schools, clubs and other community bodies.

The US publishes more newspapers and periodicals than any other capitalist country. Most dailies give a greater emphasis to local news because of the strong interest in local affairs. That is why there are no national newspapers. Almost every small town has its own paper. Fifty-five daily papers have circulation of over 250,000 copies, including five in New York and five in Chicago.

Daily newspapers in the major American cities usually contain from 40 to 100 or more pages on weekdays. Daily papers in small cities of 20,000 people contain about 20 pages on weekdays. Sunday editions of major papers have 200 or more pages. This size is explained by two main reasons. First, a newspaper carries items of interest to everyone – young people and old people, businessmen and workers, buyers and sellers. Second, the selling price is not enough to pay for producing the paper. In order to earn additional money, newspapers sell advertising space to private citizens and business firms, and a large part of the paper is taken up by advertisement.

Vocabulary:

Community body-общественная организация

Advertising space-место для рекламы

the main source of profits-главный источник доходов

affairs-дела, события

General understanding:

1. What organizations are a large number of American publications produced by?
2. Why are there no national newspapers the USA?
3. How many pages are there in daily newspapers in the major American cities and in small ones?
4. Why do Sunday editions of major papers have 200 or even more pages?
5. How do the owners of newspapers earn additional money?

Points for discussion:

1. Should all newspapers and periodicals be privately owned? What are the main advantages of it?
2. What is the most possible size of daily newspapers and Sunday editions?
3. What can be done to earn additional money except selling advertising space?

Раздел 3.

Прочитайте текст и переведите его письменно на русский язык. При необходимости используйте словарь. Затем выполните задания по тексту.

Economy of the U.K.

A nation's economy is a term for the system that creates wealth through the production and sale of goods and services. England was the first country in the world to experience industrialization. The industrial revolution started in the textile- mills of Lancashire in the late 18th century.

Britain's economy power rests on its industries and natural resources. These include the extraction of oil and gas from the North sea, coal mining, agriculture, textiles, fishing, electron' tourism, publishing, chemicals and financial service.

As part of the European Union Britain enjoys extensive trading relations with its neighbours across the channel as well as with many countries around the world.

The United Kingdom has an economy based mainly on private enterprises. Since 1980 all of the largest public industries have been privatized. They are no longer controlled by the government. Examples are coal, steel, shipbuilding, civil aviation, electricity, T gas and water supplies.

The best indicator of an economy's health is its annual total output of goods and services, which is called the gross national product or, simply, GNP.

Agriculture accounts for about 3% of the gross national product and employs 2% of the population. Since Roman times the cultivation of wheat has been the main agricultural activity, Fruit growing in the south and sheep rearing in the north are traditional sources of employment.

Britain has rich mineral deposits: coal, iron tin. Oil production has allowed Britain to become self-sufficient in petroleum and accounts for over 5% of Britain's annual GNP.

Manufacturing industries now account for one fifth of the GNP and employ less than one-third of the work force. Major manufacturing products include 'metal goods, ships, motor vehicles, petrochemicals, and other chemicals.

Export of goods and services accounts for as much as one-third of the GNP, and the British merchant navy remains one of the largest in the world. The European Union which the United Kingdom joined in 1973, accounts for three-fifths of the country's trade. Exports to the countries of the Commonwealth represent approximately one-tenth of the United Kingdom's total exports and ordinarily exceed imports.

Vocabulary:

Textile mill- текстильная фабрика

extraction- добыча

annual- годовой

total- общий

output- производительность, выпуск

wheat- пшеница

tin- олово

self- sufficient- самодостаточный

merchant- продавец, торговый

exceed- превышать

Задание 1. Look up the pronunciation and the meaning of the following words:

industrialialization

coal mining

neighbor

agricultural

enterprise

self- sufficient

supply

approximately

vehicle

ordinarily

Задание 2. Match English and Russian equivalents:

1. to create wealth

a) осуществить индустриализацию

2. to experience industrialization

b) природные ископаемые

3. sale of goods

c) добыча нефти

4. natural resources

d) торговые отношения

- | | |
|------------------------------|-----------------------------------|
| 5. extraction of oil | e) частное предприятие |
| 6. trading relations | f) валовой национальный продукт |
| 7. private enterprise | g) составлять |
| 8. to gross national product | h) создавать благосостояние |
| 9. to account for | i) продажа товаров |
| 10. annual total outputs | j) общий годовой выпуск продукции |

Задание 3. Choose the right word or the word- combination:

1. National economy creates wealth through the production and
 a) sales of goods and services b) annual total output
 c) traditional sources of employment

2. The United Kingdom has an economy based mainly on
 a) private enterprises b) state companies
 c) public organizations

3. The test indicator of an economy, s health is.....
 a) oil production b) the gross national product
 c) export of goods

4. Oil production ... over 5% of Britain, s annual CNP.
 a) exceeds b) accounts for
 c) includes

Задание 4. Use the words in the sentences of your own

- a) to employ, employment, unemployment, unemployed, employer, employee.
 b) to save, safe, savings, saving.

Задание 5. Say whether it is true or false?

1. Nation, s economy is a system that creates wealth through production and sale of goods and services.
2. England was the third country in the world to experience industrialization.
3. The best indicator of an economy, s health is its annual total output of goods and services.
4. Manufacturing industries in the U.K. account for one half of the CNP.
5. The British merchant navy remains one of the largest in the world.

Раздел 4.

Прочитайте текст и письменно переведите его на русский язык. Затем выполните задания по тексту.

Management lessons from Brazil

Flattening corporate hierarchies, delegating authority and empowering workers may be today's managerial orthodoxy, but even the most caring of modern managers might feel that the way Ricardo Semler runs his company carries the doctrine of employee involvement to ridiculous extremes.

At Semco, a Brazilian manufacturer of pumps, mixers, valves and other industrial equipment, most employees decide their own salaries. Their bonuses, which are tied to the company's profits, are shared out as they choose. Everyone, including factory workers, sets his own working hours and groups of employees set their own productivity and sales targets. There are no controls over travel or business expenses. There are no manuals or written procedures. Workers choose their own

- | | |
|----------------|----------------|
| 2. balance | b) style |
| 3. sales | c) decisions |
| 4. business | d) orthodoxy |
| 5. management | e) expenses |
| 6. corporate | f) equipment |
| 7. peer | g) sheet |
| 8. managerial | h) pressure |
| 9. independent | i) access |
| 10. unlimited | j) contractors |

Задание 4. Translate the following words and phrases and use them in the sentences of your own.

Устанавливать рабочий график,
 производительность труда,
 иметь доступ к чему- либо,
 оценивать чью- то деятельность,
 процветать,
 пережить тяжелый период,
 увольнять рабочих,
 справляться с чем- либо;

Задание 5. Give the antonyms:

- | | |
|----------------------|--------------|
| to expand | to be allied |
| to lay off | to thrive |
| to be debt- free | to remain |
| to be old- fashioned | to survive |

Задание 6. Answer the questions

1. What is unusual in the way Ricardo Sewler runs his company?
2. What privileges do most employees have?
3. Is it easy to manage the company this way?
4. Do you know any peculiarities of Brazilian economy?
5. Has the company ever had some rough periods?
6. Why this unique management style looks more bizarre in Brasil than anywhere else?

Задание 7. Try to guess:

1. If something is orthodox, is it unusual?
2. If you carry an idea to extremes, are you considered reasonable?
3. Jet is used here as another word for d...c...d...:
4. If someone or something thrives, do they do well?
5. If you weather a difficult period, you sur... it.
6. If something is bizarre, it is o....

2 семестр

Раздел 5.

Прочитайте текст и письменно переведите его на русский язык. Выполните задания по тексту.

MASS MEDIA AND PUBLIC RELATIONS

The concept of public relations as a distinct branch of communications is comparatively recent, though the practice is of course ancient. Any organization wants to present itself to the public in the

best possible light. Government departments and transport undertakings – particularly the Post Office and London Transport – were among the first to tackle this form of self-presentation.

The Post Office in the 1930s made several excellent films as a public relations exercise, the most famous (and still a classic) being *Night Mail*, directed by Harry Watt and Basil Wright with a script by W.H. Auden and music by Benjamin Britten. London Transport led the way with its excellent graphics and directional signs designed by Edward Johnston for Frank Pick, and a series of posters of uniquely high standard.

Today public relations embraces all these visual and practical aspects of a company's public 'image', and also controls the relations between the company and the press and television. Where a company takes its public relations seriously and where the department has direct access to the highest decision-making strata of the company at Board level, public relations may be useful. Where the public relations department is a comparatively minor outpost, a front-line pillbox to warn the company of imminent attack by predatory inquirers, public relations is useless and indeed – dangerous, since it confirms the view of many journalists that public relations officers ('PROs') are mere whitewashing agents paid to disguise what is really happening.

The public relations officer must work out the best way of introducing his company or organization usefully to the media. This maybe by means of handouts – circulars sent through the post – or printed publicity material; by special events such as press conferences or receptions; or on a more personal level by introducing the company's executives to journalists, sometimes over lunch. Not all the most successful PROs work over substantial expense-account lunches, though and many journalists are skeptical of this form of softening-up, however readily they may accept a good lunch.

It is for each PRO to determine what is the best and most cost-effective method of communicating his company's interests. This presupposes that the initiative comes from the PRO.

The other function of public relations departments is to answer queries from the press and television. This is almost more important than the previously mentioned approaches. If a public relations department earns a reputation for finding the answers to press queries swiftly, effectively and accurately, and presenting them in a form that is usable by the media, then what that department says is likely to be believed, trusted and used. If, on the other hand (as too often happens), a public relations department treats press and television inquiries as tedious interruptions in the day's work, to be dealt with casually and at whatever space may suit the PRO, then the department will earn a reputation for awkwardness and must not be surprised if journalists are constantly trying to get into touch with the company bosses direct.

(From "Journalism Made Simple" by David Wainwright)

Задание 1. Transcribe the following words and learn their pronunciation:

Comparatively, ancient, particularly, graphic, uniquely, seriously, access, strata, predatory, inquiry, inquirer, whitewashing, disguise, circular, executive, substantial, skeptical, query, previously, tedious, interruption, casually, awkwardness.

Задание 2. Give Russian equivalents for the following phrases:

The public relations officer; by means of handouts; substantial expense-account lunches; the best and most effective method; to answer queries; television inquiries; at whatever space; to get into touch with somebody; to be usable by the media; a reputation for awkwardness; on the other hand; visual and practical aspects.

Задание.3 Answer the following questions about the text:

1. What organizations were the first in Britain to introduce their presentation in the best possible light?
2. How did they organize this form of self-presentation? When did it happen?
3. Why is it necessary to control the relations between the company and the press and television?
4. How does a direct access to the highest decision-making strata of the company influence public relations of the company?

5. In what case is public relations useless and dangerous?
 6. Why does the author use the phrase “predatory inquiries” describing representatives of press and television?
 7. Do you agree that public relations officers are sometimes contemplated as unwelcome visitors? Why?
 8. Why does the author write that some journalists consider public relations officers as whitewashing agents paid to disguise what is really happening?
- Ex.4 Explain in English what is meant by the following phrases:
 Awkward questions; a long awkward silence; a tedious book; casual manner; a comparative study; casual readers of the newspaper; imminent danger; substantial changes.

Раздел 6.

Прочитайте текст и переведите его письменно на русский язык. Прореферуйте текст на английском языке. Выполните задания по тексту.

IS ADVERTISING AN EVIL OR A BLESSING?

Advertising is both a communication process and an industry that is inextricably linked to mass media in America and in some other societies. It is defined in dictionaries as the action that attracts public attention to a product or business, as well as the business of preparing and distributing advertisements. According to the American Marketing Association, advertising is “any paid form of nonpersonal presentation and promotion of ideas, goods and services by an identified sponsor.” Advertising has also been called “controlled, identifiable information and persuasion.” Advertising becomes a matter of controversy for several reasons. Its role in society and in the economy has often been debated.

Advertising has a well-established place in American life. The component parts of the advertising industry – ad agencies, media service organizations, media advertising departments – employ nearly 200,000 people and generate about \$100 million in gross revenue annually. Advertising is generally accepted by most Americans who recognize that it funds most of the media they enjoy, provides consumer advice, and promotes a capitalist economy. It has been said that American society is a commercial culture and advertising is an essential ingredient in that formulation.

While advertising is a historical reality and one that provides “fuel” for most commercial media in the United States, there are those who would prefer a communication system without advertising. Questions are frequently raised about whether advertising unnecessarily stimulates needs and wants of people, whether it encourages class-consciousness, materialism, and other values that are not universally applauded. Such discussion is related to advertising’s impact and influence in society, assessed by historians, philosophers, social scientists, and media researchers. The social criticism of advertising often centers on whether advertising is truthful. While few critics today advocate the abolition of advertising, there is an active movement to control this form of controlled communication, presumably to serve the public interest. Special attention has been given to the impact of advertising on children, the portrayal of women and minorities in advertising, and other topics that have generated controversy.

(From “Media Debates”)

Задание 1. Transcribe the following words and learn their pronunciation:

Advertising, inextricably, advertisement, identify, controversy, revenue, annually, consumer, ingredient, commercial, frequently, unnecessarily, consciousness, applaud, truthful, presumably, portrayal, minority, persuasion.

Задание 2. Give Russian equivalents for the following words and phrases:

To be inextricably linked to mass media; to attract public attention to something; to distribute advertisements; nonpersonal presentation and promotion of ideas; an identified sponsor, identifiable information; a matter of controversy; in gross revenue; to provide consumer advice; an essential ingredient; to stimulate wants and needs of people; to encourage class-consciousness; to serve the public interests; to advocate the abolition of advertising; to generate controversy.

Задание 3. Answer the following questions about the text:

1. Why is advertising both a communication process and an industry?
2. How is advertising linked to mass media in America and in some other societies?
3. How does advertising attract public attention to a product or business?
4. Do you agree that advertising is inextricably linked to politics? Are political images also linked to advertising?
5. Why do you think advertising has a well-established place in American life?
6. Would you prefer a communication system without advertising? Why?
7. What values are usually promoted by advertising?
8. Do you agree that advertising unnecessarily stimulates needs and wants of people? Why?

Задание 4. Explain in English what is meant by the following phrases:

To become a matter of controversy; to be a component part of advertising industry; to generate about \$100 in gross revenue; to promote a capitalist economy; to provide “fuel” for most commercial media; not universally applauded values; to be assessed by historians; the portrayal of women and minorities in advertising.

Раздел 7.

Прочитайте текст и переведите его письменно на русский язык. При необходимости используйте словарь.

How Advertising Developed

Advertising is as old as civilization itself. In the ruins of ancient Egypt, explorers have found papyrus posters offering rewards for the return of runaway slaves. In the ruins of the Roman city of Pompeii, archaeologists have discovered political advertisements painted on walls along streets bearing such entreaties as, “Vote for Cicero, the friend of the people.” However, until the advent of mass selling in the nineteenth century, advertising played only a minor role in the conducting of business. In early Greek and Roman days, signboards were placed above the doors of business establishments, and town criers proclaimed that merchants had certain wares for sale. These were merely means to attract customers to a shop, however; in contrast with modern advertising and sales techniques, the display of merchandise and personal selling were depended upon to make the sale.

After the invention of movable type accelerated printing in the mid-fifteenth century, handbills, posters, and then newspapers were used in increasing quantities to advertise products. Advertisements appeared in early American newspapers, but the volume did not grow to sizable proportions until trade began to flourish in the metropolitan centers in the early days of the republic. Almost all selling was local until about 1840, when the development of railroad transportation enabled industry to send its products to consumers who lived far from the manufacturing plants. National advertising resulted as business people used both magazines and newspapers to broaden their markets. The first advertising agency in the United States was organized by Volney B. Palmer circa 1840. His agency, and those that followed his, did not prepare copy but served primarily as publishers’ representatives. By 1860 approximately 30 agencies were selling space for more than 4000 American publications. Since there were no public lists of these publications and no way of substantiating circulation claims, the agents could manipulate the buying and selling of space to substantiating personal advantage.

In 1869, however, George P. Rowell began publishing Rowell's American Newspaper Directory, a rather complete list of newspapers, together with careful estimates of circulation. Soon other agencies were started along professional lines of providing planning and space buying services for their clients. There was an upsurge in the use of pictorial art in advertisements, and the nation began to be conscious of the first widely quoted slogans such as Ivory Soap's "99 44/100 Per Cent Pure" and "It Floats," Eastman Kodak's "You Press the Button – We Do the Rest," and "Good Morning, Have You Used Pear's Soap?"

As newspaper and magazine circulations increased and new technological advances were made, at the turn of the century advertising developed new slogans, better copywriters and artists, and improved methods of analyzing products, media, and markets. Because much advertising was deceptive and grossly exaggerated, a strong movement to regulate advertising was begun in the 1910s. This involved both federal and state laws and control systems initiated by responsible advertising leaders.

The advent of radio and a steady improvement in the techniques of advertising, such as copy-testing, the study of psychological appeals, and plans for integrated campaigns, characterized the 1920s. Advertising fought to hold its own during the depression years of the 1930s against both the near-paralysis of business and organized consumer objections to improper practices. During that decade, advertisers increasingly used research methods, such as readership studies and audience measurement.

During World War II, the War Advertising Council was established by advertising agencies, media, and advertisers as a voluntary contribution to the war effort. So successful was the council in promoting the sale of war bonds, donation of blood, rationing, and the like, it was continued as the Advertising Council, Inc., headquartered in New York. This private, non-profit organization conducts more than 30 major public service campaigns each year pertaining to such matters as health and safety, education, the environment, the disadvantaged, consumerism, the economy, and community and international projects.

During the past four decades Smokey the Bear has told Americans that forest fires cost them money as well as the loss of recreational facilities and the natural beauty of the country ("Smokey Says: Remember, Only You Can Prevent Forest Fires!"). More recent council campaigns have borne slogans such as: "Thanks to You It Works for All of Us: The United Way," "People Start Pollution; People Can Stop It!," "Take a Bite Out of Crime," "Red Cross Is Counting on You," "55 Saves Lives," and "Let's Save Energy Now!"

Major American advertisers provide volunteer coordinators. The agencies alternate in conducting the campaigns, and the media offer free time and space for the ads. Each year the media donate approximately \$600 million in time and space in support of these campaigns. Urging Americans to participate in the 1980 census consumed almost \$38 million in such donations. The media's total dollar contribution has exceeded \$9.2 billion.

The booming economy after World War II produced rapid growth in all areas of advertising. Staffs were enlarged, branch offices of agencies proliferated, and small agencies formed networks to provide reciprocal services for their clients across the country. Television – described by industry leaders as the most important development affecting advertising in the twentieth century – accelerated the trend toward larger agencies because it increased the complexities of advertising. Television arrived at a most opportune time, for advertisers were introducing hundreds of new products and consumers were eager to learn their merits. Advertisers turned increasingly to research to provide facts about their products and services and to discover the motivations of consumer markets.

During the 1960s and 1970s, advertising was confronted with the staggering task of helping to move into the hands of consumers an unprecedented volume of manufactured goods. Periodic recessions made this task more difficult. More money was entrusted to advertising personnel, and their responsibilities mounted. Management demanded more efficient methods of measuring the effectiveness of advertising as distinguished from other marketing functions. Many large agencies went public – that is, converted their proprietorship to shares that were traded and priced on the

stock market. In order to generate greater profits for principals and stockholders, some agencies diversified into side businesses, such as retail stores and product manufacturing.

The computer, long used for the common chores of accounting and billing, came into more sophisticated use, providing the breakouts and analyses necessary for sound manufacturing and marketing decisions. As information increased, the computer helped management, advertising, and marketing people understand the new world of product proliferation, market segmentation, automated distribution, population shifts, and the profit squeeze. National computer networks were established by large agencies using high-speed data transmission telephone lines and other communications facilities. The computer was used to analyze consumer surveys, to assist in media buying, to help in predicting the effectiveness of one media plan as opposed to another, to calculate television program cost efficiencies in relation to client objectives, and in numerous other ways.

(From "Introduction to Mass Communications" by Warren R. Agee, Phillip H. Ault, Edwin Emery)

Раздел 8.

Переведите следующие тексты письменно с русского языка на английский язык.

Задание 1. Журнальная реклама имеет целый ряд преимуществ по сравнению с газетной. Обычный иллюстрированный журнал, не говоря уже о специальном, имеет довольно чётко очерченную по специальным параметрам аудиторию. И кроме того, во многих случаях чисто полиграфические возможности журналов гораздо шире, чем газет. Выбирая журнал для публикации рекламы, учитывают не только аудиторию, но и частоту выхода журнала, возможность пограничного 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 несомненно, гораздо выше. Реклама, размещенная в деловых журналах, должна содержать большое количество подробностей о продукте: техническую информацию, условия продажи, конкретные производственные проблемы. Реклама в популярных журналах должна быть выдержана в более дружеском тоне.

В качестве иллюстрации в журнальной рекламе чаще всего используют фотографию – черно-белую или цветную, так как фотография более четко передает образ продукта. Фотография должна использовать преимущества товара.

Также рекомендуется приложить к журнальной рекламе что-то, что привлечет читателя: рецепт, в котором используется данный товар, купон на скидку, образцы продукта, которые можно поцарапать, понюхать, пощупать.

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.

Задание 2. Телевидение и радио

Эффект телевизионной рекламы в целом существенно выше, чем газетно-журнальный, в связи с почти безграничными возможностями видеозаписи и монтажа. Так как реклама может быть включена почти в любую передачу, то телевидение сохраняет и «выборочные» возможности. И, конечно, никакая, даже самая популярная газета не сравнится по массовости аудитории с десятками, а то и сотнями миллионов телезрителей, «приникших» к экранам во время популярного футбольного матча или развлекательной программы. Реклама на телевидении весьма дорога, её эффективность существенно зависит от времени суток для показа рекламы, от удачной компоновки и многих иных факторов.

Кроме того, довольно острой проблемой является время, отводимое на саму рекламу. И это вопрос не только денег, но и довольно жестких нормативных соотношений между объемом основных и рекламных передач.

В радио- и телепрограммах не допускается прерывать рекламой детские и религиозные передачи; радиопостановки и художественные фильмы без согласия правообладателей; транслируемые в прямом эфире передачи, освещающие деятельность органов государственной власти; образовательные передачи более чем один раз в течение 15 минут на период, не превышающий 45 секунд; передачи, продолжительность трансляции которых составляет от 15 до 60 минут, более чем два раза.

Задание 3. Наружная реклама

Наружная реклама (англ. outdooradvertising) – медиаканал, который доносит рекламные обращения до получателей при помощи отпечатанных типографским способом плакатов, рисованных щитов или световых табло, устанавливаемых в местах наиболее оживленного уличного движения, а также вдоль шоссе и железных дорог.

Основными носителями наружной рекламы следует назвать рекламные щиты (англ. billboard), вывески на остановках (busshelter), электронно-механические щиты с периодически сменяющимися изображениями (prismavision), световые короба (citylight), световые короба на опоре (citylightonpole), стационарные панно на зданиях – брендмауэры, пространственные конструкции, транспарант-растяжки (баннеры, от англ. banner), «бегущая строка» и др.

Рекламный контакт достигается во время передвижения по городским улицам и автострадам и поэтому является очень кратким по времени. В связи с этим обращение должно быть лаконичным, тексты – краткими, а изображения – привлекающими непроизвольное внимание и выразительными по форме.

Преимуществами наружной рекламы являются: широкий охват аудитории, частотность, гибкость, относительно невысокая стоимость одного контакта и долговременность воздействия на аудиторию.

Наружная реклама наряду с преимуществами имеет и недостатки. К ним необходимо отнести большие сроки, необходимые на проведение кампании с использованием данного медиа-канала. Под влиянием атмосферных явлений (дождь, мороз, ветер и т.п.) резко снижается качество изображения на щитах. Носители наружной рекламы требуют постоянного контроля над их состоянием. Рекламодателю, осуществляющему общенациональную кампанию, проконтролировать эти моменты практически невозможно.

Инструкция по выполнению: Время выполнения перевода составляет 60 минут.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов за каждый семестр, которое студент может набрать – 40 (10 баллов за 1 раздел)

– 10-9 баллов выставляется студенту, если перевод выполнен полностью, оформлен стилистически верно, исходная информация передана полностью и правильно, перевод оформлен в соответствии с грамматическими и синтаксическими правилами русского/ английского языка;

– 8-6 баллов выставляется студенту, если перевод выполнен полностью, оформлен в целом стилистически верно, однако допущены отдельные стилистические неточности; большая часть исходной информации передана верно, перевод оформлен в соответствии с грамматическими и синтаксическими правилами русского языка с допущением некоторых неточностей;

– 5-3 баллов выставляется студенту, если перевод выполнен частично, допущены некоторые стилистические неточности и погрешности, исходная информация

передана лишь частично и с искажениями, также допущены грамматические и синтаксические неточности при оформлении переводного текста на русском языке;

– 0-2 баллов выставляется студенту, если перевод выполнен частично, допущены значительные стилистические неточности и погрешности; исходная информация передана частично и со значительными искажениями, также допущены существенные грамматические и синтаксические ошибки при оформлении переводного текста на русском языке; либо отказ от выполнения перевода.

Тесты 1 семестр

Тест 1

1. During the day events will happen that are quite unpredicted.
a.) strange b.) newsworthy c.) ordinary
2. The quality papers, sometimes called the “papers” of, do print stories that they feel should be recorded.
a.) time b.) history c.) record
3. Newspapers can describe events at greater length, add more relevant detail, give comment from people in a position to detect trends.
a.) prominent b.) authoritative c.) perfect
4. The press a range of political views, interests and levels of education.
a.) caters for b.) takes care of c.) looks for
5. Newspapers are almost always financially of any political party.
a.) independent b.) dependent c.) supported
6. National newspapers are often described as “quality”, “mid-market” or “popular” papers on the basis of in style and contrast.
a.) differences b.) similarities c.) varieties
7. Popular newspapers appeal to people wanting news of a more character, presented more concisely.
a.) serious b.) political c.) entertaining
8. Quality papers are normally in format and mid-market and popular papers tabloid.
a.) broadsheet b.) small-sheet c.) middle-sheet
9. Many newspapers are printed in colour and most produce as part of the Saturday or Sunday paper.
a.) comments b.) supplements c.) publications
10. Newspapers like law-enforcement agencies, are constantly by people with unlikely tales of intrigue, persecution and adventure.
a.) besieged b.) treated c.) relied
11. of the national London and many regional daily newspapers lies in the hands of a number of large corporations.

- a.) ownership b.) partnership c.) relationship
12. There is a difference between a newsreporter and a feature writer although both write about or on current events.
a.) report b.) inform c.) broadcast
13. News is transmitted to the public in – crisp, concise headlines and brief, factual reports with short interviews.
a.) bulletins b.) tabloids c.) weeklies
14. The Sunday paper is designed for family reading and is distinguished from the daily editions by two elements: a huge feature “package” and bulk retail
a.) comments b.) advertising c.) sale
15. Newspapers advertising is divided into two types,and classified.
a.) display b.) screen c.) tabloid
16. Classified advertisements are the small-print, generally brief packed together near the back of the paper.
a.) news b.) services c.) announcements
17. A column inch is a space one column wide and one inch
a.) long b.) deep c.) high
18. Display advertising is broken into two categories, retail and, sometimes called general.
a.) local b.) regional c.) national
19. On some papers the publisher’s decisions on all matters are absolute, whereas in other instances he must answer to
a.) a board of directors b.) a staff c.) a chief editor
20. The task is to see the newspaper’s basic editorial and to see that they are carried out efficiently by the various departments heads.
a.) editor’s b.) correspondent’s c.) publisher’s

2 семестр
Тест 2

1. Any organization wants to itself to the public in the best possible light.
a.) put b.) show c.) present
2. Today public relations all visual and practical aspects of a company’s public ‘image, and also controls the relations between the company and the press and television.
a.) take in b.) embrace c.) comprehend
3. The public relations officer must the best way of introducing his company or organization usefully to the media.
a.) get out b.) take out c.) work out
4. It is for each PRO to determine what is the best and most cost-effective method of his company’s interests.

- a.) communicating b.) writing c.) speaking
5. One of the functions of public relations departments is to answer from the press and television.
- a.) questions b.) requirements c.) queries
6. A future public relations worker must be careful to select a broad band of social science, in addition to his communications concentration.
- a.) courses b.) terms c.) classes
7. College graduates who prepare themselves both in communication skills and in general knowledge are in demand even though they may be inexperienced.
- a.) basic b.) background c.) common
8. Although writing skill ranks highest in the minds of public relations men, there are on large staffs for those who prefer other types of work.
- a.) openings b.) greetings c.) proposals
9. Specialists in and statistical work, good speakers, radio-television and film specialists these are some who can find a place in the public relations field and advance to high levels.
- a.) supervision b.) supply c.) survey
10. Public relations is also a specialized staff function in, drawing heavily on journalistic skills and upon social science techniques.
- a.) marketing b.) management c.) advertising
11. The professional practitioner must and evaluate the opinions of various “publics” or groups.
- a.) assume b.) ascertain c.) assure
12. He plans and executes a program of action to develop effective two-way communication which will result in mutual, understanding and acceptance.
- a.) responsiveness b.) sympathy c.) security
13. The public relations executive is a level management man.
- a.) first b.) middle c.) top
14. He deals with the president, board of directors, and chief operating officers of a company.
- a.) directly b.) openly c.) firstly
15. Most newspapers try to average at least a 50-50 between the amount of editorial and advertising content.
- a.) rating b.) ratio c.) ration
16. Circulation procedures of daily newspapers are much better organized than of most weeklies, because the task of and selling the paper must be done every day.
- a.) distributing b.) advertising c.) delivering
17. Home delivery papers are sold to on a weekly, monthly, or even an annual basis.
- a.) advertisers b.) subscribers c.) distributors

18. The circulation department of a daily newspaper provides good opportunities for young men with sales and instincts.

- a.) publishing b.) editorial c.) promotional

19. Many newspapermen in editorial, advertising, and circulation departments look upon a newspaper job as the goal of their careers.

- a.) small b.) metropolitan c.) regional

20. The larger the city and the paper's circulation, the personal contact there is between the newspaper's creators and its readers.

- a.) more b.) less c.) most

Инструкция по выполнению: Тесты выполняются индивидуально в письменном виде по завершении изучения соответствующего модуля. В каждом задании выбирается только один вариант ответа.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов за каждый семестр – 20 баллов (1 балл за 1 верный ответ).

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета в 1 семестре и экзамена во втором семестре.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в задании – 2.. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации. Количество вопросов в задании – 2. Объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- практические занятия.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по иностранному языку, развиваются навыки использования грамматики, лексики, устной монологической и диалогической речи на иностранном языке по тематике бытовой и профессиональной деятельности обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

Вопросы, не рассмотренные на практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе занятий посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Студент должен готовиться к предстоящему лабораторному занятию по всем, обозначенным в рабочей программе дисциплины вопросам.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.