МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Забайкальский государственный университет»

(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет юридический

Кафедра международного права и международных связей

**УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**для студентов заочной формы обучения**

*(с полным сроком обучения)*

по дисциплине «Практический курс иностранного языка»

наименование дисциплины (модуля)

для направления подготовки (специальности) 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

код и наименование направления подготовки (специальности)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 17 зачетных единиц.

Форма текущего контроля в семестре – контрольная работа

Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП) –нет.

Форма промежуточного контроля в семестре – зачет/экзамен/зачет/экзамен

**Краткое содержание курса**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Модуль\* | Номер раздела | Наименование раздела |
|
| ***1 семестр*** | | |
| 1 | 1.1 | Контрольное задание № 1.  Чтение и перевод профессионально-ориентированного текста |
| 1.2 | Выполнение лексико-грамматических заданий к профессионально-ориентированному тексту |
| ***2 семестр*** | | |
| 2 | 2.1 | Контрольное задание № 2.  Чтение и перевод профессионально-ориентированного текста |
| 2.2 | Выполнение лексико-грамматических заданий к профессионально-ориентированному тексту |
| ***3 семестр*** | | |
| 3 | 3.1 | Контрольное задание № 3.  Чтение и перевод профессионально-ориентированного текста |
| 3.2 | Выполнение лексико-грамматических заданий к профессионально-ориентированному тексту |
| ***4 семестр*** | | |
| 4 | 4.1 | Контрольное задание № 4.  Чтение и перевод профессионально-ориентированного текста |
| 4.2 | Выполнение лексико-грамматических заданий к профессионально-ориентированному тексту |

**Семестр 1**

Форма текущего контроля

Контрольные работы, предусмотренные рабочей программой

Варианты контрольных работ

Студенты, номера зачетных книжек которых оканчиваются на цифры 0, 1, 2, 3, выполняют вариант №1,

Студенты, номера зачетных книжек которых оканчиваются на цифры 4, 5, 6, выполняют вариант №2,

Студенты номера зачетных книжек которых, оканчиваются на цифры 7, 8, 9, выполняют вариант №3.

**Контрольная работа № 1**

**Вариант 1**

*Прочтите и переведите текст*

ADVERTISING

Advertising, as a tool of marketing, is used to increase the sale of goods or services of an organization. Public relations uses advertising as a tool to help sell the policies and actions of an organization. Success in marketing is shown by increased income. Success in public relations, which indirectly affects the economic success of the organization, is shown by increased public regard for the organization.

There are five basic types of public relations advertising. Image building advertising is designed to convince the public that the organization is a good citizen and a desirable part of the community. Financial advertising may be placed to meet SEC requirements or to convince investors that the company’s management is sound and that the stock is a good investment. Public service advertising supplies information that helps or assists the public in some way. Advocacy advertising allows an organization to explain its stand on a particular issue and to try to change public opinion. Announcement advertising focuses on distributing important news promptly so that the public has current information.

**Задания к тексту**

**Task 1**. *Найдите в тексте английские эквиваленты. Составьте с ними свои предложения:*

который косвенно влияет на экономический успех организации; предназначена убедить общество в том, что…; реклама может быть помещена; отвечать требованиям; администрация компании; дает сведения, которые…; объяснить свою позицию по; сосредоточивается на; быстрое распространение важных сообщений; текущая информация.

**Task 2.** *Найдите в тексте слова, которые означают следующее:*

1. instrument or person or skill that is helpful for doing your job –

2. act or process of calling the attention of the public to goods, services or organizations –

3. smth. that has the result that you intended usually so that it earns a lot of money, is popular, etc. –

4. facts or details that tell you smth. about a situation, person, event etc. –

5. to give smth. such as food, medicine, or information to each person in a group –

6. the activity of deciding how to advertise a product, what price to charge for it etc., or the type of job in which you do this –

**Task 3**. *Переведите следующие словосочетания на русский язык. Составьте с ними свои предложения:*

1. a tool of marketing success in marketing

2. to do the marketing

3. increased public regard for increased income

3. public relations advertising

4. image building advertising

5. public service advertising

6. advocacy advertising

7. announcement advertising

8. to require (money, patience, time, calmness)

9. to meet smb.’s requirement

10. daily requirements

11. to inform smb. about/of smth.

12. to supply information

13. to gather information

14. a piece of information

15. further/additional information

16. current information

17. inside/outside information

**Task 4.** *Найдите слова, близкие по значению:*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| promptly | position |  |
|  |  |  |
| to design | to account for |  |
|  |  |  |
| to focus | progress |  |
|  |  |  |
| sound | to influence |  |
|  |  |  |
| to explain | quickly |  |
|  |  |  |
| success | to persuade |  |
|  |  |  |
| stand | stable |  |
|  |  |  |
| to convince | to concentrate |  |
|  |  |  |
| to affect | to aim |  |

**Task 5.** *Найдите слова, противоположные по значению:*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | to increase | commercial |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | sale | to decrease |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | success | purchase |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | nonprofit | failure |  |  |
|  |  |  |  |  |

**Task 6.** *Заполните пропуски словами supplies; income; financial; advertising; distributing; the organization; public opinion; information.*

1. Public relations uses \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ as a tool to help sell the policies and actions of an organization.

2. Public service advertising \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ information that helps the public in some way.

3. Announcement advertising focuses on \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ important news promptly.

4. Success in marketing is shown by increased \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

5. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ advertising may be placed to convince investors that the company’s management is sound.

6. Success in public relations is shown by increased public regard for

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

7. Announcement advertising focuses on distributing important news promptly so that the public has current \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

8. Advocacy advertising allows an organization to explain its stand on a particular issue and to try to change \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**Task 7.** *Употребите там, где необходимо, предлоги in; of; by; for; on:*

1. Success \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ public relations, which indirectly affects

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ the economic success \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ the organization, is shown \_\_\_\_\_\_\_\_ increased public regard \_\_\_\_\_\_\_\_ the organization.

2. Financial advertising may be placed to meet \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ SEC requirements.

3. Announcement advertising focuses \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ distributing important news.

**Task 8.** *Ответьте на следующие вопросы:*

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?

**Task 9.** *Напишите основную идею текста (1-2 предложения).*

**Task 10.** *Переведите на английский:*

Функции рекламы

1. Маркетинговая (продвижение товара к потребителю).

2. Информативная (информирует потребителей о товарах).

3. Экономическая (стимулирует продажи).

4. Образовательная (ускоряет темпы научно технического прогресса).

5. Социальная (апеллирует к общечеловеческим ценностям: сохранению окружающей среды, здоровью, заботе о ближних и т.п.).

6. Политическая.

Общие требования к рекламе

1. Реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств.

2. Реклама на территории Российской Федерации распространяется на русском языке и по усмотрению рекламодателей дополнительно на государственных языках республик и родных языках народов Российской Федерации.

3. Не допускается реклама товаров, запрещенных к производству и реализации.

4. Реклама о самом рекламодателе, не имеющем специального разрешения (лицензии) на деятельность, не допускается.

5. Реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации, должна сопровождаться пометкой «подлежит обязательной сертификации».

6. Использование в рекламе объектов интеллектуальной собственности допускается в порядке, предусмотренном законодательством.

7. Реклама не должна побуждать граждан к насилию, агрессии, возбуждать панику, а также побуждать к опасным действиям.

8. Реклама не должна побуждать к действиям, нарушающим природоохранное законодательство.

**Контрольная работа № 1**

**Вариант 2**

*Прочтите и переведите текст*

PUBLIC RELATIONS ADVERTISING

The American National Advertisers and Publishers Information Bureau suggests several characteristics that distinguish public relations advertising. The following list uses the word “company”, but the concept is applicable to any organization, including nonprofit, voluntary, and trade groups.

1. It must educate or inform the public regarding the company’s policies, functions, facilities, objectives, ideals, and standards.

2. It must create a climate of favorable 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 or people with certain skills.

**Задания к тексту**

**Task 1.** *Найдите в тексте английские эквиваленты. Составьте с ними свои предложения:*

это понятие применимо к; информировать общественность, принимая во внимание политику фирмы; создать климат благоприятного мнения о фирме; вклад в социальный прогресс и благосостояние населения; улучшать финансовую структуру фирмы.

**Task 2.** *Найдите в тексте слова, которые означают следующее:*

1. an idea of how smth. is, or how smth. should be done –

2. done willingly, without being forced or without being paid –

3. smth. that you are working hard to achieve –

4. to recognize or understand the difference between two similar things, people, etc. –

5. smth. that you give or do in order to help smth. to be successful –

6. condition of having good health, comfortable living and working conditions, happiness, etc. –

7. views of the public in general –

**Task 3.** *Переведите следующие слова и словосочетания на русский язык. Составьте с ними свои предложения:*

1. voluntary organizations

2. trade organizations

3. non governmental organizations

4. non profit organizations

5. company’s policies, functions, facilities, objectives, ideals, and standards

6. build up the investment qualities of the company’s securities

7. designed to appeal to graduates

8. to invest one’s money (in stocks, in bonds, in land)

9. the stock is a good investment

10. investment bank

11. short term/long term investment

12. investment qualities

13. investor

14. to sell (dear; cheap; at a loss; well, badly; off, out)

15. sale of services/goods

16. goods on sale

17. cash sale

18. winter/summer sale

**Task 4.** *Найдите слова, противоположные по значению:*

|  |  |
| --- | --- |
| national | to damage |
|  |  |
| to improve | to spend |
|  |  |
| voluntary | negative |
|  |  |
| favorable | poverty |
|  |  |
| to accumulate | global |
| welfare | forcible |
|  |  |
| to create | to worsen |
|  |  |

**Task 5.** *Заполните пропуски словами place; regarding; distinguish; favorable; applicable:*

1. The concept is \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ to any organization.

2. Public relations advertising must sell the company as a good

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ in which to work.

3. It must create a climate of \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ opinion about the company.

4. It must educate the public \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ the company’s policy, functions, facilities, objectives, ideals, and standards.

5. The Bureau suggests several characteristics that \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

public relations advertising.

**Task 6.** *Закончите предложения из текста. Переведите их на русский язык:*

1. The American National Advertisers and Publishers Information Bureau suggests …

2. It must educate or inform the public regarding …

3. It must build up the investment qualities …

4. It must sell the company as a good place …

**Task 7.** *Вставьте, где необходимо, предлоги of; by; with; in; up; about; to:*

1. It must build \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ the investment qualities \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

the company’s securities.

2. It must create a climate \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ favorable opinion

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ the company \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ stressing \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ the competence \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ the company’s management.

3. It must sell the company as a good place \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ which to work, often \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a way designed to appeal \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_graduates or people \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ certain skills.

**Task 8.** *Ответьте на следующие вопросы:*

1. What are the characteristics distinguishing public relations advertising?

2. What’s your opinion on them?

3. Can you add any other ideas?

**Task 9.** *Напишите изложите основную идею текста (1-2 предложения).*

**Task 10.** *Переведите на английский:*

Отличительными чертами рекламы являются:

1. неличное представление информации (использование средств рекламы);

2. платность распространения информации;

3. четкое указание рекламодателя (заказчика);

4. побуждение объекта коммуникации к конкретным дей ствиям.

Общие цели рекламы совпадают с целями маркетинга, однако как элемент системы коммуникаций реклама имеет свои цели: информирование, убеждение, напоминание. В своей книге «Реклама. Теория и практика» Ч. Сэндидж, В. Фрайбукгер и К. Ротцолл приводят следующие основные задачи рекламы:

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, раз веять неправильную информацию и устранять другие помехи сбыту;

6) умение добиться признания своими 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 потребителей уникального торгового предложения;

10) подготовка потенциальных потребителей к визиту коммивояжера.

**Контрольная работа № 1**

**Вариант 3**

*Прочтите и переведите текст*

ADVANTAGES OF ADVERTISING

Advertising is paid and controlled mass communication. This means that the organization completely bypasses the newsroom gatekeepers and places its messages, exactly as written and formatted, with the medium’s advertising department. Thus a primary reason for using advertising as a communications tool is that control of the message remains with the sender. Some other advantages of advertising are its selectivity and the advertiser’s control of the impact and timing.

Audience Selection

With advertising, you can reach a very specific audience. For example, commercials on stations can be find turned to the audience with litter regard for any other people. Advertisements in specialized publications can reach their readers with very little exposure to others. Different ideas can be conveyed to different groups, and efforts can be concentrated in the most important areas. For any public relations program, certain groups or public are more important than others. Reaching them may be imperative, while reaching others may be optional. To be sure of reaching your key publics, you can rely on advertising.

**Задания к тексту**

**Task 1.** *Найдите в тексте английские эквиваленты. Составьте с ними свои предложения:*

платное и контролируемое средство связи; размещать свои со общения; отдел рекламы; (очень) своеобразная аудитория; за воевать, охватить аудиторию.

**Task 2.** *Найдите в тексте слова, которые означают следующее:*

1. ways of sending information, such as using radio, television, or computers –

2. an individual who controls the flow of information –

3. a measure of the degree to which a receiver differentiates between signals from two or more broadcast stations –

4. the time, day, etc. when smb. does smth., especially when you are considering how appropriate this is –

5. to arrange a book, page, etc. according to a particular design or plan; to layout a document to be printed –

6. to be seen or heard by the audience –

7. if smth. is unimportant, you do not have to do it or use it, but you can choose to if you want to –

8. extremely important, necessary and urgent –

**Task 3.** *Переведите следующие словосочетания на русский язык. Составьте с ними свои предложения:*

to bypass the newsroom gatekeepers –

written and formatted message –

a primary reason for –

a communications tool –

control remains with the sender –

the advertiser’s control of the impact and timing –

commercials can be fine turned to the audience –

with little regard for any other people –

**Task 4.** *Найдите слова, близкие по значению:*

|  |  |
| --- | --- |
| primary | necessary |
|  |  |
| to remain | to win |
|  |  |
| to reach | to stay behind |
|  |  |
| key | important |
|  |  |
| different | voluntary |
|  |  |
| optional | various |
|  |  |
| imperative | main |
|  |  |

**Task 5.** *Найдите слова, противоположные по значению:*

|  |  |
| --- | --- |
| imperative | worthless |
| paid | to distrust |
| to expose | partially |
| important | voluntary |
| to rely on | to be doubtful |
| to be sure of | roughly |
| completely | to conceal |
| exactly | free |

**Task 6.** *Употребите там, где необходимо, предлоги with; in:*

1. The organization places its messages \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ the medium’s advertising department.

2. Control of the message remains \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ the sender.

3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ advertising you can reach \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a very specific audience.

4. Advertisements \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ specialized publications can reach

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ their readers \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ very little exposure to others.

**Task 7.** *Закончите предложения словами advantages; reach; exposure; advertising; imperative; publics; commercials:*

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ is paid and controlled mass communication.

2. Some other \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ of advertising are its selectivity and the advertiser’s control of the impact and timing.

3. With advertising, you can \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a very specific audience.

4. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ on stations can be fine turned to the audience with little regard for other people.

5. To be sure of reaching your key \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, you can rely on advertising.

6. Reaching certain groups or publics may be \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

7. Advertisements in specialized publications can reach their readers with very little \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ to others.

**Task 8.** *Составьте вопросы к следующим ответам:*

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_? Advertising is paid and controlled mass communication.

2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_? A primary reason for using advertising as a communications tool is that control of the message remains with the sender.

3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_? Some other advantages of advertising are its selectivity and the advertiser’s control of the impact and timing.

4. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_? Advertisements in specialized publiqq cations can reach their readers with very little exposure to others.

5. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_? To be sure of reaching your key publics, you can rely advertising.

**Task 9.** *Напишите основную идею текста (1-2 предложения).*

**Task 10.** *Переведите на английский язык следующие предложения:*

К основным принципам рекламы можно отнести:

Принцип повторения — хорошо запоминается та информация, которая повторяется; многократное повторение сообщения адаптирует к нему психику человека, формирует у него требуемые наклонности к действию.

Принцип непрерывного усилия — постепенное наращивание усилий в рекламном сообщении положительно воспринимается людьми. Человеческий сенсорный аппарат противится рез ким всплескам информации.

Реклама как форма платной и личной коммуникации

Следует иметь в виду, что реклама является платной и личность плательщика известна. Хорошо это или плохо, но, сталкиваясь с объявлением, мы сразу узнаем, кто именно пытается продать нам товар или услугу. И само собой разумеется, что рекламодатель оплатил время и место, использованные для открытой попытки уговорить нас. (Если учесть, что некоторые ведущие рекламодатели тратят до 600 млн долл. ежегодно, станет понятнее, насколько серьезна гонка за ускользающими потребителями.)

Другие формы текущего контроля

Содержание оценочных средств

Перевод текста занимает значительное место в обучении иностранному языку. Во время работы над переводом студент должен уметь найти эквивалентную форму, чтобы передать содержание, и если он не может сделать это напрямую, то ему следует прибегнуть к переложению содержания, выраженного средствами одного языка, на другой язык, т.е. найти приемлемое перефразирование, не нарушая при этом грамматического, лексического и синтаксического рисунка текста. Перевод осуществляется с помощью словаря. Недопустимо использование компьютерных программ-переводчиков при работе с учебными текстами.

Надежным средством овладения практическими умениями и навыками являются правильно организованные упражнения. Рабочая программа по дисциплине предусматривает выполнение студентами устных и письменных упражнений из соответствующих разделов учебников и учебных пособий , данных в программе. Устные упражнения связаны с развитием культуры речи и логического мышления, познавательных возможностей студентов. Назначение устных упражнений разнообразное: овладение техникой и культурой чтения, устного счета, рассказа, логического изложения знаний и т. д. Устные упражнения постепенно усложняются в зависимости от уровня развития компетенций студентов. Письменные упражнения (стилистические, грамматические, орфографические диктанты, конспекты, эссе и т. д.) также составляют важный компонент обучения. Их главное назначение — формирование, развитие и упрочение необходимых умений и навыков.

Пересказ - изложение содержания прочитанного или услышанного текста. Пересказ может быть свободным (изложение своими словами) или близким к тексту. Пересказ текста является важным умением, которое, в первую очередь, показывает, насколько хорошо студент может формулировать, анализировать, понимать услышанное произведение, а также насколько у него развита речь.

Рассмотрим подробнее этапы работы над текстом, которые в дальнейшем способствуют переходу от прочтения текста к его пересказу.

Предтекстовый этап. Задачи на этом этапе – дифференциация языковых единиц и речевых образцов, их узнавание в тексте, языковая догадка.

Задания:

- прочтите заголовок и скажите, о чем (о ком) будет идти речь в тексте;

- ознакомьтесь с новыми словами и словосочетаниями (если таковые даны к тексту с переводом); не читая текст, скажите, о чем может идти в нем речь;

- прочитайте и выпишите слова, обозначающие… (дается русский эквивалент);

- выберите из текста слова, относящиеся к изучаемой теме;

- найдите в тексте незнакомые слова.

Текстовый этап. Данный этап предполагает использование различных приемов извлечения информации и трансформации структуры и языкового материала текста.

Задания:

- прочтите текст;

- выделите слова (словосочетания или предложения), которые несут важную (ключевую информацию);

- выпишите или подчеркните основные имена (термины, определения, обозначения);

- замените существительное местоимением по образцу;

- сформулируйте ключевую мысль каждого абзаца;

- отметьте слово (словосочетание), которое лучше всего передает содержание текста (части текста).

Послетекстовый этап. Этот этап ориентирован на выявление основных элементов содержания текста.

Задания:

- озаглавьте текст;

- прочтите вслух предложения, которые поясняют название текста;

- найдите в тексте предложения для описания …

- подтвердите (опровергните) словами из текста следующую мысль;

- ответьте на вопрос;

- составьте план текста;

- выпишите ключевые слова, необходимые для пересказа текста;

- перескажите текст, опираясь на план;

- перескажите текст, опираясь на ключевые слова.

При подготовке пересказа текста мы рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. После прочтения текста разбейте его на смысловые части.

2. В каждой части найдите предложение (их может быть несколько), в котором заключен основной смысл этой части текста. Выпишите эти предложения.

3. Подчеркните в этих предложениях ключевые слова.

4. Составьте план пересказа.

5. Опираясь на план, перескажите текст,

6. Опираясь на ключевые слова, расскажите текст.

При пересказе текста рекомендуется использовать речевые клише:

- This text is about …

- I would like to tell you …

- I think …

- I like / I don’t like … because …

Эти клише помогут построить связные высказывания при пересказе, составлении характеристики, выражении своего отношения, своей точки зрения относительно прочитанного.

**Форма промежуточного контроля**

**1 семестр**

Зачет

К зачету должна быть подготовлена и защищена контрольная работа. Формулировка вопросов к зачету также зависит от сданного материала студентом и индивидуальна в каждом конкретном случае.

2 семестр

**Экзамен**

К экзамену должна быть подготовлена и защищена контрольная работа.

Экзамен состоит из 2 вопросов:

1) чтение и перевод профессионально-ориентированного текста

2) письменные лексико-грамматические задания по тексту;

Оформление письменной работы согласно МИ 4.2-5/47-01-2013. Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

**Основная литература**

1. Борисенко И.И. Английский язык в международных документах: право, торговля, дипломатия : учеб. пособие / Борисенко Инна Ивановна, Евтушенко Людмила Ивановна. - Киев : Логос, 2007. - 480с.

2. Курс английского языка для студентов I курса факультета международных отношений = Abiding by Law. Ч. 5 / Ястребова Елена Борисовна [и др.]. - Москва : МГИМО-Университет, 2007. - 110 с.

3. Курс английского языка для студентов I курса факультета международных отношений = The Glorious Past : В 2 ч. Ч.1 / Ястребова Елена Борисовна [и др.]. - Москва : МГИМО-Университет, 2006. - 111 с.

4. Курс английского языка для студентов I курса факультета международных отношений = The Turbulent Present : В 2 ч. Ч.2 / Ястребова Елена Борисовна [и др.]. - Москва : МГИМО-Университет, 2006. - 105 с.

5. Курс английского языка для студентов I курса факультета международных отношений = The Obscure Future. Ч.3 / Ястребова Елена Борисовна [и др.]. - Москва : МГИМО-Университет, 2006. - 101 с.

6. Курс английского языка для студентов I курса факультета международных отношений = The Rich and the Poor. Ч.4 / Ястребова Елена Борисовна [и др.]. - Москва : МГИМО-Университет, 2006. - 98 с.

7. Курс английского языка для студентов I курса факультета международных отношений = Abiding by Law. Ч.5 / Ястребова Елена Борисовна [и др.]. - Москва : МГИМО-Университет, 2006. - 110с.

8. Нехаева Г.Б. Английский язык для делового общения = Business english in practice : учебник / Нехаева Галина Борисовна, Пичкова Вероника Петровна. - Москва : ТК Велби : Проспект, 2007. - 456 с.

9. Ястребова Е.Б., Кравцова О.А., Крячков Д.А., Владыкина Л.Г. Курс английского языка для международников и регионоведов (в 6 частях). М.: МГИМО.- Университет, 2006.

**Дополнительная литература**

1. Барановская Т.В. Грамматика английского языка. Сборник упражнений: Учеб. пособие. – Язык англ., русский. – Киев: ООО «ИП Логос», 2002. – 368 с.

2. Гаврилов А. Н. Английский язык. Разговорнаяречь. Modern american english. Communication gambits : учебник и практикум для вузов / А. Н. Гаврилов, Л. П. Даниленко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 143 с.

3. Комарова А.И. Английский язык через культуры народов мира : учебник / Комарова Анна Игоревна, Окс Ирина Юрьевна, Колосовская Виктория Владимировна. - Москва : Высшая школа, 2008. - 470с.

4. Меняйло В. В. Академическое письмо. Лексика. Developing academic literacy : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. В. Меняйло, Н. А. Тулякова, С. В. Чумилкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 240 с.

5. Цибуля Н.Б. Английский язык: Устные темы: Страноведение / Цибуля Надежда Борисовна. - Москва : Иностранный язык : Оникс, 2002. - 400 с.

6. Скорлупкина И.А. Английский язык: универс. справ. / Скорлупкина Ирина Александровна. - Москва : Проспект, 2009. - 96 с.

**Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы\***

1. Словари английского языка и другие ресурсы для изучающих английский язык. http://www.study.ru

2. Словари английского языка, тезаурус, система машинного перевода. http://www.dictionary.com

3. Ресурсы и материалы BBC. http://www.bbc.co.uk/home/today/index.shtml

4. Click UK – портал для изучающих культуру Великобритании. http://clickuk.ru

5. English Online – ресурсы для изучения английского языка. http://www.englishonline.co.uk

6. TESOl on-line activities - интерактивные задания для изучающих английский язык (одноязычные и двуязычные, в том числе русско-английские).http://a4esl.org/

7. ESL CAFE – портал для студентов и преподавателей: грамматика, тесты, идиомы, сленг, переписка и т.п.http://www.eslcafe.com

8. English Forum – сайт для изучающих английский язык с разделом делового английского.http://www.englishforum.com

9. Karin's ESL PartyLand - сайт для студентов и преподавателей.http://www.eslpartyland.com

10. Раздел по английскому языку на сайте Эвы Л. Истон. http://eleaston.com

11. Английский язык.ру Тестирование и интерактивные уроки английского.http://www.english.language.ru

12. Hello-online! (электронный журнал для изучающих английский язык и преподавателей).http://www.hello-online.ru

13. Тесты по английскому языку на сайте Каталог образовательных программ.http://kop.ru

14. Энциклопедия «Британника».http://www.britannica.com

15. Ресурсы для учащихся (фонетика, грамматика, лексика, идиомы, аудирование, говорение, письменная речь, чтение, деловой английский язык, международные экзамены TOEFL/TOEIC) и преподавателей (учебные материалы, планы уроков, тесты и др.)http://www.eslgold.com

16. Тестовые, справочные материалы по английскому языку http://www.study.ru/

17. Грамматика английского языка http://www.mystudy.ru

Преподаватель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.Н. Алексеева

подпись

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Гусевская Н.Ю.

подпись