

НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) ПРОГРАММЫ «Маркетинг»

ДИСЦИПЛИНА «Иностранный язык в профессиональной деятельности»

Аннотация дисциплины

Цель дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности»:

Целью обучения на этом уровне является формирование и развитие навыков социокультурной компетенции, поведенческих стереотипов и профессиональных навыков, необходимых для успешной социальной адаптации выпускников на рынке труда.

Задачами дисциплины являются:

- читать и переводить тексты по специальности;
- слушать, понимать и конспектировать лекции и сообщения зарубежных специалистов;
- оперировать профессиональными терминами и понятиями;
- освоить лингвострановедческие реалии стран изучаемого языка;
- изучить основные профессиональные термины и понятия;
- научиться пользоваться разговорными штампами;
- учитывать и применять на практике нормы делового этикета.

Требования к уровню освоения дисциплины: дисциплина формирует профессиональные компетенции:

- способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОК-3);
- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1).

Знает:

- содержание процессов саморазвития, самоорганизации и использования творческого потенциала, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности;
- содержание и подходы к повышению эффективности процессов коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.

Умеет:

- строить процесс самообразования с учетом внешних и внутренних условий реализации;
- использовать эффективные средства эффективной коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.

Владеет:

- технологиями организации процесса саморазвития, самоорганизации и использования творческого потенциала; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности;

- средствами эффективной коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 216 часов или 6 зачетных единиц.

- Форма промежуточного контроля – зачет, экзамен.

Основные разделы дисциплины:

- Тема 1 «The marketing concept» (февраль)
- Тема 2 «The marketing mix» (март)
- Тема 3 «Marketing services» (апрель)
- Тема 4 (май) «Role and functions of Physical distribution»
- Тема 5 Грамматика. Сложное предложение (в течение всего семестра)
- Контрольная работа: Подготовка и проведение конференции «Маркетинг и мы»
- Тема 6 «Being international», «Consultants» (сентябрь)
- Тема 7 «Training», «Strategy» (октябрь)
- Тема 8 «Business Ethics» (ноябрь)
- Тема 9 (декабрь) «Partnerships», «Employment trends»
- Тема 10 Грамматика. Эмфатические конструкции (в течение всего семестра)
- Контрольная работа: Подготовка и проведение конференции «Моя научная работа»

Составитель: доцент Шилова О.Ю.