

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.10.2023 11:28:00
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad7d0ed9ab87433

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор – проректор
по образовательной деятельности

_____ С.Г.Дембицкий

« ____ » _____ 20 ____ г.

Колледж ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.02 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Специальность 42.02.01 Реклама
ФГОС СПО утвержден приказом Минпросвещения России
от «21» июля 2023 г. № 552

Квалификация – Специалист по рекламе
Уровень подготовки – базовый
Форма подготовки – очная

Москва, 2025

Рабочая программа дисциплины СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама и на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования (ФГОС СОО).

.

Организация разработчик рабочей программы: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина».

Подразделение: Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина.

Разработчики: Хорохорина Г.А., к.и.н., доцент, преподаватель колледжа.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	23
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	26

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.02 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» является обязательной частью общего гуманитарного и социально-экономического цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности **42.02.01 Реклама**.

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности **42.02.01 Реклама**.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ОК	Умения	Знания
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	– использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	– средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	– определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; – применять современную научную профессиональную терминологию; – определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования.	– содержание актуальной нормативно-правовой документации; – современная научная и профессиональная терминология; – возможные траектории профессионального развития и самообразования.
ОК 04 Эффективно	– организовывать работу коллектива и команды;	– психологические основы деятельности коллектива,

взаимодействовать и работать в коллективе и команде	– взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	психологические особенности личности; – основы проектной деятельности.
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	– грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.	– особенности социального и культурного контекста; – правила оформления документов и построения устных сообщений.
ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	– описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения.	– сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; – значимость профессиональной деятельности по специальности; – стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.
ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	– соблюдать нормы экологической безопасности; – определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности.	– правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения.
ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	– использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; – применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; – пользоваться средствами профилактики перенапряжения характерными для данной	– роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения

	специальности	
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	– понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связанные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	– правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности.
ПК 1.1 Определять целевую аудиторию и целевые группы.	– определять целевую аудиторию и целевые группы.	– способы определения целевой аудитории и целевые группы.
ПК 1.2 Проводить анализ объема рынка.	– проводить анализ объема рынка.	– средства проведения анализа объема рынка.
ПК 1.3 Проводить анализ конкурентов.	– проводить анализ конкурентов.	– средства проведения анализа конкурентов.
ПК 1.4 Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	– осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	– средства осуществления определения и оформления целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.1 Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	– проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	– способы проведения стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	– предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	– способы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

мероприятий в установленных форматах.	установленных форматах.	установленных форматах.
ПК 3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	– разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	– способы разработки стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	– разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	– способы разработки рекламной кампании бренда в сети Интернет.
ПК 3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	– проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	– средства проведения рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.
ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	– разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	– способы разработки творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.2 Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	– разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	– способы разработки творческих рекламных решений в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3 Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	– проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	– способы проведения разработки и размещения рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

2. Структура и содержание общеобразовательной дисциплины

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	3 семестр	Всего
Объем образовательной программы дисциплины, в т.ч.	78	78
Основное содержание, в т.ч.	56	56
теоретическое обучение	2	2
практические занятия	54	54
Самостоятельная работа	22	22
Промежуточная аттестация	ЗаО	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (основное и профессионально-ориентированное), лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа, курсовая работа.	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2	3	4
	СЕМЕСТР 3.	78	
	Основное содержание:		
	РАЗДЕЛ 1. ВИДЫ РЕКЛАМЫ	36	
	Лекция 1. Вводное занятие: Практический тест на определение уровня остаточных знаний у обучающихся после перехода на новую образовательную ступень.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
Тема 1.1 СМИ в России и за рубежом	Практическое занятие 1. СМИ в России и за рубежом Содержание учебного материала: Лексика: введение новой лексики согласно тематике практического занятия, введение новых речевых клише. Грамматика: неправильные глаголы. Время Past Simple Чтение и перевод текстов, выбранных согласно тематике практического занятия. Вопросно-ответные упражнения по текстам, выбранным согласно тематике практического занятия.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 2. СМИ в России и за рубежом. Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке согласно тематике практического занятия, введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика: неправильные глаголы. Время Past Simple. Составление монологического высказывания. Развитие навыков диалогической речи. Выполнение лексико-грамматических упражнений.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.

	Самостоятельная работа 1	2	
Тема 1.2 Реклама	Практическое занятие 3. Реклама. Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика согласование времен. Активизация навыков чтения, перевода и выделения информации в тексте. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Закрепление пройденного материала, изучение дополнительной литературы.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 4. Реклама. Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика: неправильные глаголы. Время Past Simple. Активизация изученного материала в упражнениях. Развитие навыков письменной речи. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Закрепление пройденного материала, изучение дополнительной литературы. Работа с текстами	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Самостоятельная работа 2	2	
Тема 1.3 Основные типы рекламы	Практическое занятие 5. Реклама. Содержание учебного материала: Лексика: введение лексики согласно тематике практического занятия, активизация изученной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление пройденных. Грамматика согласование времен	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.

	Практическое занятие 6. Основные типы рекламы. Содержание учебного материала: Лексика: введение лексики согласно тематике практического занятия, активизация изученной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление пройденных. Грамматика согласование времен	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 7. Основные типы рекламы. Содержание учебного материала: Лексика: введение новой лексики согласно тематике практического занятия, закрепление изученной лексики. Введение новых речевых клише и закрепление пройденных. Грамматика согласование времен. Активизация навыков чтения, перевода и выделения информации в тексте. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Закрепление пройденного материала, изучение дополнительной литературы. Работа с текстами по теме	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Самостоятельная работа 3	2	
	Практическое занятие 8. Виды рекламных текстов Содержание учебного материала: Лексика: введение новой лексики согласно тематике практического занятия, закрепление изученной лексики. Введение новых речевых клише и закрепление пройденных. Грамматика: согласование времен. Активизация навыков говорения и передачи информации на иностранном языке. Выполнение лексико-грамматических упражнений.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
Тема 1.4 Виды рекламных текстов	Практическое занятие 9. Виды рекламных текстов. Содержание учебного материала: Лексика: введение лексики согласно тематике практического занятия, активизация изученной лексики в речи. Введение новых речевых	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.

	клише и закрепление пройденных. Грамматика: согласование времен Чтение и перевод текстов. Ответы на вопросы к тексту.		
	Самостоятельная работа 4	2	
Тема 1.5 Наружная реклама	Практическое занятие 10. Наружная реклама. Содержание учебного материала: Лексика: введение лексики согласно тематике практического занятия, активизация изученной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление пройденных. Грамматика: согласование времен. Активизация навыков чтения, перевода и выделения информации в тексте. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Вопросно-ответные упражнения по тексту	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 11. Наружная реклама Содержание учебного материала: Лексика: введение лексики согласно тематике практического занятия, активизация изученной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление пройденных. Грамматика: согласование времен Выполнение лексико-грамматических упражнений	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 12. Наружная реклама. Содержание учебного материала: Лексика: введение лексики согласно тематике практического занятия, активизация изученной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление пройденных. Грамматика: согласование времен. Чтение и перевод текстов, выбранных согласно тематике практического занятия. Вопросно-ответные упражнения по текстам, выбранным согласно тематике практического занятия.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.

	Выполнение лексико-грамматических упражнений. Закрепление пройденного материала, изучение дополнительной литературы. Составление плана-пересказа текста		
	Самостоятельная работа 5	2	
	РАЗДЕЛ 2. РЕКЛАМА В ИНДУСТРИИ МОДЫ	28	
Тема 2.1 Реклама и графический дизайн. Логотип	Практическое занятие 13. Реклама и графический дизайн. Логотип. Содержание учебного материала: Лексика: введение лексики – профессионально ориентированная лексика Грамматика: прямая и косвенная речь. Чтение и перевод текстов, выбранных согласно тематике практического занятия. Вопросно-ответные упражнения по текстам, выбранным согласно тематике практического занятия. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Закрепление пройденного материала, изучение дополнительной литературы.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 14. Реклама и графический дизайн. Логотип. Содержание учебного материала: Лексика: введение лексики согласно тематике практического занятия, активизация изученной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление пройденных. Грамматика: прямая и косвенная речь. Развитие навыков диалогической речи. Составление плана-пересказа текста. Выполнение лексико-грамматических упражнений.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 15. Реклама и графический дизайн. Логотип. Содержание учебного материала: Лексика: введение лексики согласно тематике практического занятия, активизация изученной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление пройденных.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.

Тема 2.2 Влияние рекламы	Грамматика: прямая и косвенная речь. Активизация навыков говорения и передачи информации на иностранном языке. Выполнение лексико-грамматических упражнений.		
	Самостоятельная работа 6	2	
	Практическое занятие 16. Влияние рекламы. Содержание учебного материала: Лексика: введение лексики согласно тематике практического занятия, активизация изученной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление пройденных. Грамматика: условные предложения. Чтение и перевод текстов, выбранных согласно тематике практического занятия. Составление монологического высказывания. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Закрепление пройденного материала, изучение дополнительной литературы.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 17. Влияние рекламы. Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика: условные предложения. Чтение и перевод текстов, выбранных согласно тематике практического занятия. Составление монологического высказывания. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Закрепление пройденного материала, изучение дополнительной литературы. Работа с текстами	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.

	Самостоятельная работа 7	2	
Тема 2.3. Реклама в печатных СМИ	Практическое занятие 18. Реклама в печатных СМИ. Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика: герундий. Развитие навыков диалогической речи. Интерактивные задания. Выполнение лексико-грамматических упражнений.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 19. Реклама в печатных СМИ. Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика: условные предложения. Чтение и перевод текстов, выбранных согласно тематике практического занятия. Вопросно-ответные упражнения по текстам, выбранным согласно тематике практического занятия. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Работа с текстами	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Самостоятельная работа 8	2	
Тема 2.4. Реклама в индустрии моды	Практическое занятие 20. Реклама в индустрии моды. Содержание учебного материала: Лексика: введение лексики. Грамматика: страдательный залог.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 21. Реклама в индустрии моды Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.

	Грамматика: условные предложения. Чтение и перевод текстов, выбранных согласно тематике практического занятия. Вопросно-ответные упражнения по текстам, выбранным согласно тематике практического занятия. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Работа с текстами.		
	Практическое занятие 22. Реклама в индустрии моды. Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика: условные предложения. Активизация навыков чтения, перевода и выделения информации в тексте. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Закрепление пройденного материала, изучение дополнительной литературы.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Самостоятельная работа 9	2	
	РАЗДЕЛ 3.МОЯ БУДУЩАЯ ПРОФЕССИЯ	14	
Тема 3.1 Виды деятельности в рекламе	Практическое занятие 23. Виды деятельности в PR Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика: Participle I. Активизация изученного материала в упражнениях. Развитие навыков письменной речи. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Работа с текстом по теме	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 24.Виды деятельности в PR.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК

	Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика: Participle I. Активизация изученного материала в упражнениях. Развитие навыков письменной речи. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Вопросно-ответные упражнения по тексту		05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Самостоятельная работа 10	2	
Тема 3.2 Профессии в рекламной индустрии	Практическое занятие 25. Профессии в рекламной индустрии. Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика: Complex Object. Активизация изученного материала в упражнениях. Развитие навыков письменной речи. Выполнение лексико-грамматических упражнений.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 26. Профессии в рекламной индустрии. Содержание учебного материала: Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика: Complex Object. Активизация изученного материала в упражнениях. Развитие навыков письменной речи. Выполнение лексико-грамматических упражнений.	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Практическое занятие 27. Профессии в рекламной индустрии. Содержание учебного материала:	2	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4; ПК 2.1; ПК

	Лексика: изучение основных лексических единиц на иностранном языке по теме, активизация пройденной лексики в речи. Введение новых речевых клише и закрепление изученных. Грамматика: Complex Object. Активизация изученного материала в упражнениях. Развитие навыков письменной речи. Выполнение лексико-грамматических упражнений.		2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
	Промежуточная аттестация (ЗаО)	2	
	Итого:	78	

3. Условия реализации программы общеобразовательной дисциплины

3.1. Для реализации программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

№ п/п	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
1.	Практические занятия Аудитория №2327 Посадочных мест 25, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления информации аудитории: экран. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.	119071, г. Москва Малый Калужский пер., 2 строение 1
2.	Консультации (групповые, индивидуальные), текущий контроль Аудитория №2327 Посадочных мест 25, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления информации аудитории: экран. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.	119071, г. Москва Малый Калужский пер., 2 строение 1
3.	Промежуточная аттестация Аудитория №2327 Посадочных мест 25, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления информации аудитории: экран. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.	119071, г. Москва Малый Калужский пер., 2 строение 1
4.	Аудитория №1154 - читальный зал библиотеки: помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ. Посадочных мест 70	119071, г. Москва Малая калужская ул., 1 Учебный корпус №1

	Стеллажи для книг, комплект учебной мебели, 1 рабочее место сотрудника и 6 рабочих мест для студентов, оснащенные персональными компьютерами с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации. Список ПО: Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open No Level, артикул FQC-02306, лицензия № 46255382 от 11.12.2009, (копиялицензии); Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic Open No Level, лицензия 47122150 от 30.06.2010, справка Microsoft «Условияиспользованиялицензии»; Система автоматизации библиотек ИРБИС64, договора на оказание услуг по поставке программного обеспечения №1/28-10-13 от 22.11.2013г.; №1/21-03-14 от 31.03.2014г. (копии договоров); Google Chrome (свободно распространяемое); Adobe Reader (свободно распространяемое); Kaspersky Endpoint Secunty для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License; лицензия №17EO-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017, (копия лицензии).	
--	---	--

3.2. Информационное обеспечение обучения

№ п / п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература, в том числе электронные издания							
1	И. П. Агабекян	Английский язык для ссузов	УП	М.: Проспект	2011 2012 2013	-	45 экз 60 экз 100 экз
Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Ю. Б. Голицынский, Н. А. Голицынская	Грамматика: сборник упражнений	Сборник упражнений	СПб.: КАРО	2006 2007 2008-2014	-	48 экз 36 экз 20 экз
2	Уваров В. И.	Английский язык для экономистов (A2-B2). English for Business + аудиозаписи	Учебник и практик ум для СПО	Москва : Издательство Юрайт	2025	https://urait.ru/bcode/560779	-
3	Аитов В. Ф., Аитова В. М., Кади С. В.	Английский язык (A1-B1+) : учебное пособие для СПО	УП	Москва : Издательство Юрайт	2023	https://urait.ru/bcode/514010	-

4	Гуреев В. А.	Английский язык. Грамматика (B2)	Учебник и практик ум для СПО	Москва : Издательство Юрайт	2025	https://urait.ru/bcode/564988	
---	--------------	--	--	-----------------------------------	------	---	--

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<i>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</i> лексический (1200 - 1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности	<i>Характеристики демонстрируемых знаний, которые могут быть проверены:</i> Обучающийся при выполнении практических заданий демонстрирует знание лексического (1200 - 1400 лексических единиц) и грамматического минимума, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности	Оценка результатов выполнения практической работы Устный опрос Контрольная работа Тестирование письменное Презентация 3 семестр – зачет с оценкой.
<i>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</i> общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности; самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас;	<i>Характеристики демонстрируемых умений:</i> общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности; самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас;	Оценка результатов выполнения практической работы Устный опрос Контрольная работа Тестирование письменное 3 семестр – зачет с оценкой.

Разработчики рабочей программы:

Разработчик

Хорохорина Г.А.

Рабочая программа согласована:

Директор колледжа

Мечетина М.А.

Начальник

управления образовательных программ и проектов

Никитаева Е.Б.

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор – проректор
по образовательной деятельности

_____ С.Г.Дембицкий

« ____ » _____ 20 ____ г.

Колледж ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.02 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Специальность 42.02.01 Реклама
ФГОС СПО утвержден приказом Минпросвещения России
от «21» июля 2023 г. № 552

Квалификация – Специалист по рекламе
Уровень подготовки – базовый
Форма подготовки – очная

Москва, 2025

Фонд оценочных средств дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности» разработан в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама и на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования (ФГОС СОО).

Организация разработчик рабочей программы: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина».

Подразделение: Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина.

Разработчик: Хорохорина Г.А., к.и.н., доцент, преподаватель колледжа.

Фонд оценочных средств предназначен для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений при освоении программы дисциплины СГ.02«Иностранный язык в профессиональной деятельности» основной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности **42.02.01 Реклама**. Оценивание знаний, умений и контроль сформированных компетенций осуществляется с помощью текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация проводятся в соответствии с Положением о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования РГУ им. А.Н. Косыгина.

В результате освоения дисциплины СГ.02«Иностранный язык в профессиональной деятельности» обучающийся должен обладать предусмотренными ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама** следующими умениями (У) и знаниями (З), которые формируют общие (ОК) и профессиональные (ПК) компетенции.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен иметь практический опыт работы с нормативно технической базой, необходимой в области ОК; должен уметь:

У 1

Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;

У 2

взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности;

У 3

- применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;
- участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;
- строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;
- кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);
- писать связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.
- извлекать и анализировать информацию из разных источников;
- использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

З 1

Лексический (1200 - 1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности

З 2

Правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;

З 3

- основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика);
- лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;
- особенности произношения;
- правила чтения;
- информацию для выполнения профессиональных задач;

Компетенции, формируемые у обучающегося в результате освоения дисциплины:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и

информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности

ОК 09. Пользоваться иностранным языком как средством делового общения.

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Оценкасформированныхкомпетенций

Элементдисциплины	Текущийконтроль		Промежуточнаяаттестация	
	Формыконтроля	Проверяемые У, З, ОК, ПК	Формыконтроля	Проверяемые У, З, ОК, ПК
Раздел 1. ВИДЫ РЕКЛАМЫ. Раздел 2. РЕКЛАМА В ИНДУСТРИИ МОДЫ Раздел3. МОЯ	Оценка работы студента в течение семестра, защита рефератов по темам.	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3;	Зачет с оценкой	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 06; ОК 07; ОК 09; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3;

БУДУЩАЯ ПРОФЕССИЯ.		ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.		ПК 1.4; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3.
-----------------------	--	--	--	--

Оценка освоения дисциплины

Оценка		
Отлично / зачтено	Хорошо	Удовлетворительно
Знает: <u>Лексический</u> (1200 - 1400 лексических единиц) и <u>грамматический</u> минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности; <u>необходимый</u> объем правил построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); особенности произношения; правила чтения. Умеет: <u>Общаться</u> (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности; самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас; понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на базовые и профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые	Знает: <u>Большую</u> часть <u>лексического</u> (1200 - 1400 лексических единиц) и <u>грамматического</u> минимума, необходимого для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности; <u>необходимый</u> объем правил построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); особенности произношения; правила чтения. Умеет: <u>Общаться</u> (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности; самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять	Знает: <u>Часть</u> лексического (1200 - 1400 лексических единиц) и <u>грамматического</u> минимума, необходимого для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности; <u>необходимый</u> объем правил построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); особенности произношения; правила чтения. Умеет: <u>Частично общаться</u> (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности; самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас; понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на базовые и профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые

высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	словарный запас; понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на базовые и профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.
--	---	--

Оценка выполнения теста

Оценка		
Отлично	Хорошо	Удовлетворительно
100-85%	84, 9 – 70%	69, 9 – 55%

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ В ФОРМАТЕ ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Для текущего контроля

1. 1. Темы рефератов по дисциплине

1. The role of English in international advertising
2. Comparative analysis of advertising styles in English-speaking countries
3. The language of persuasion: key phrases in English-language advertising
4. Visual and verbal techniques in print advertising
5. Advertising ethics in global markets
6. The structure of a successful TV commercial in English
7. How cultural differences influence advertising message
8. The impact of social media on modern advertising
9. Brand identity and its expression in English-language slogans
10. Product placement in English-speaking media
11. Digital advertising trends in the USA and UK
12. The use of humor in English-language advertising
13. Gender representation in English-language commercials
14. Political advertising: vocabulary and discourse strategies
15. Environmental marketing: green claims in English-language ads
16. Advertising and storytelling: narrative structures in commercials
17. Visual metaphors in international advertising campaigns
18. The evolution of English-language print ads
19. Emotional appeal and its expression in English advertising texts
20. The language of luxury in advertising: lexical and stylistic features
21. Advertising targeting: segmentation and message personalization
22. Copywriting in English: stylistic tools and common clichés
23. Ethics of advertising to children: case studies in English-language media
24. Consumer behavior and persuasive communication strategies
25. Analysis of global advertising slogans: structure, meaning, and translation
26. English for marketing professionals: vocabulary and functions
27. Comparative analysis of online banner ads in English vs. Russian
28. Role of influencers in English-language promotional strategies
29. Cross-cultural advertising failures and lessons learned
30. Logos and taglines: creating a brand voice in English
31. Neuromarketing and language triggers in English advertisements
32. Techniques of visual rhetoric in international campaigns
33. Political correctness in advertising language
34. The use of sound and music in English-language commercials
35. Developing an English-language advertising campaign for a local brand
36. Global vs. local branding strategies in advertising
37. Internet memes as advertising tools: trends in English-speaking communities
38. How English-language content affects audience engagement
39. Non-verbal communication in English video ads
40. Intersemiotic translation in international advertising campaigns

1. 2. Самостоятельные работы по дисциплине

Самостоятельная работа № 1.

№ 1. Поставьте слова в скобках в правильную форму:

The Perfect Friend Because _____ (FRIEND) is one of the few kinds of relationship we have control over, it is an _____ (INTEREST) area of research for sociologists. Many studies have been done into this kind of relationship. Although we can't usually choose our _____ (RELATE) or bosses or _____ (TEACH) we can

choose our friends. But how do we choose them? Out of all the people we meet in our lives, why do some become our friends, and why do we find some people's _____ (PERSON) more _____ (ATTRACT) than others?

№ 2. Выберите нужный вариант выделенного слова:

1. There is some/any milk in the fridge. 2. The poor boy did not have some/any shoes to wear. 3. There were some/any magazines on the side table. 4. Are there some/any mistakes in the text? 5. Could I have some/any water, please? 6. He has not got some/any friends here.

№ 3. Поставьте слова в скобках в правильную форму:

Human beings are characterized not only by their _____ (intelligent) but by their _____ (able) to use technology to shape their environment. The _____ (discover) of how to use fire was one of the most important events in the history of our species and the _____ (invent) of the plough and the wheel were also significant _____ (develop). It is difficult to imagine what our _____ (civilize) would be like without technology.

№ 4. Откройте скобки и поставьте прилагательные в сравнительную или превосходную степень:

1. What is the _____ (bad) transportation problem in your city? 2. Water parks are _____ (expensive) than leisure centers but they provide value for money if you stay long enough. 3. When is the _____ (crowded) time to travel? 4. We've been living abroad for the last ten years, even _____ (long) than that and now we want to settle back here. 5. The _____ (fast) way to travel between the places in St. Petersburg is by underground. 6. I tried to speak even _____ (slowly) but he could not understand me. 7. Is it _____ (easy) to go around by car or on foot? 8. What sight did you enjoy the _____ (much)?

№ 5. Fill in the gaps with the given words. Each word can be used only once!

1. on / in / off / out

1. The rebels held in the mountains for several years.
2. We could get a new computer now or hold until prices are lower.
3. The blind man was walking along the road holding to his friend's shoulder.
4. It was impossible for the children to hold their laughter any longer.

2. into / up / down / to

1. I was waiting for the plumber all the morning, but he didn't turn
2. Books are real friends – you can turn them for help.
3. The prince was turned a frog by the witch.
4. He asked her to marry him, but she turned him

3. up / off / over / to

1. These trousers are too long. I need to have them taken
2. Tom's taken getting up at 6 o'clock in the morning and going jogging.
3. Tom's been my partner since I took the business from my father.
4. Planes were unable to take from Gatwick owing to high winds.

4. out / through / over / into

1. Do you want me to run the details with you?
2. Many programs will crash if they suddenly run of disk space or memory.
3. I ran my boss at the supermarket.
4. This box looks as if it's been run by a bus.

5. down / out / in / off

1. The cancerous cells had to be cut
2. We got cut before she could give me directions.
3. Sorry to cut on you, but there are one or two things I don't understand.
4. Do not cut the tree that gives you shade.

6. out / on / up / off

1. I don't know how he puts with their constant complaining.
2. The rescue services are still trying to put the fires.
3. She put a lot of weight after the children were born.
4. The meeting has been put for a week.

7. on / in / off / through

1. Caterpillars go several stages of growth.
2. We'll go with the presentations after lunch.

3. She's going for the Cambridge B2 First exam.
4. The deer ran away just before the hunter's gun went

Самостоятельная работа № 2.

№ 1. Поставьте глагол в форму Present Continuous, Past Continuous или Future Continuous.

to shine

The sun ... yesterday morning.

The sun ... brightly now.

Tomorrow the sun ... all day long.

to write

I ... a postcard at the moment.

I ... a postcard when you phoned.

I ... a lot of Christmas cards tomorrow evening.

to sit

We ... in the garden at 3 o'clock yesterday afternoon.

This time tomorrow we ... in the garden.

We ... in the garden now.

№ 2. Раскройте скобки, употребив глагол в форме Present Continuous, Past Continuous или Future Continuous.

I ... (study) Japanese online from 5 till 6 tomorrow evening.

Listen! Why the dogs ... (bark)?

She ... (wear) a yellow coat when I saw her.

They ... (take) their driving test next Monday.

I dropped my wallet when I ... (get) on the bus.

What you ... (do) in my office yesterday?

Bob ... (feel) much better today.

The kids ... (watch) cartoons in their room now.

I'm afraid she ... (sleep) in ten minutes.

We ... (have) tea soon?

№ 3. Преобразуйте утвердительные предложения в отрицательные, обращая внимание на форму глагола-сказуемого.

We are enjoying the party. (Нам нравится вечеринка.)

He'll be playing chess in an hour. (Через час он будет играть в шахматы.)

They were planting flowers in the garden last May. (Они занимались посадкой цветов в саду в прошлом мае.)

I am looking for a job. (Я ищу работу.)

The phone was working yesterday. (Вчера телефон работал.)

Margaret will be working as a waiter during her summer holidays. (Маргарита будет работать официанткой во время летних каникул.)

The secretary is typing a contract. (Секретарь печатает договор.)

№ 4. Сделайте предложения вопросительными и переведите их.

We are gathering apples in the garden.

Mary is listening to music now.

I'm sweeping the floor in the kitchen.

The cat is running after the mouse.

The boys are making a plane.

The wind is getting stronger.

You're building a nice house.

I'm taking a bath now.

A woman is feeding the chickens.

They are trying to catch a taxi.

№ 5. Поставьте глаголы в скобках в правильную форму. Дайте краткие ответы на вопросы.

... Anna ... (to type) the documents? — No, She ... (to speak) to her boss.

... it ... (to get cold)? — Yes, And the wind ... (to get) stronger.

... you ... (to look) through the papers? — No, I ... I ... (to write) a report for the conference now.

... Bill and Mike ... (to mend) the fence? — Yes,

... your parents and you ... (to rest) in the country house? — No, We ... (to spend) our weekend at the seaside.

... Edgar ... (to play) a computer game? — Yes,

... the phone ... (to ring)? — No, Somebody ... (to ring) the door bell.

... your grandparents ... (to rest)? — No, My grandparents ... (to work) in the kitchen garden.

... the kitten ... (to sleep)? — No, The kitten ... (to hide) somewhere.

... you ... (to slice) cheese? — No, I I ... (to mix) the vegetable salad.

Самостоятельная работа № 3.

№ 1. Измените прилагательные по степеням сравнения.

easy (легкий)

happy (счастливый)

silly (глупый)

crazy (сумасшедший)

noisy (шумный)

busy (занятой)

lovely (прелестный)

pretty (симпатичная)

ugly (некрасивый)

heavy (тяжелый)

№ 2. Поставьте глагол в форму Present Perfect, Past Perfect или Future Perfect.

to arrive

Our taxi ... by 9 o'clock yesterday morning.

Let's go. The guests already

They ... by the time the meeting starts.

to be

I am tired of waiting. Where you ... ?

By the time I'm 30 I ... a famous scientist.

He didn't remember where he ... before the accident.

to paint

We ... the house by next Tuesday.

She ... more than 10 pictures already.

I wondered if they ... the room.

№ 3. Раскройте скобки, употребив глагол в форме Present Perfect, Past Perfect или Future Perfect.

Sam ... (lose) his keys. So he can't open the door.

When I woke up in the morning, the rain already ... (stop).

I hope I ... (finish) my test by midnight.

The film turned out to be much longer than we ... (expect).

My sister just ... (leave) for the bank.

The girls were good friends. They ... (know) each other for 5 years.

Mother ... (lay) the table before we come.

I never ... (try) Japanese food.

Ted was so happy because his dream ... (come) true.

We ... (be) to Paris many times.

№ 4. Выберите в скобках подходящее слово или словосочетание. Переведите предложения.

She will have finished her resume ... (on Monday/by Monday/last Monday).

The aircraft hasn't landed ... (yet/just/already).

We have lived in New York ... (since/from/for) three years.

... (After/Already/Ago) they had eaten the cake, they cleared the table.

They will have decorated the Christmas tree ... (by the time/before/by then).

My uncle has ... (already/yet/ago) repaired his car.

I haven't met them ... (from/since/for) their wedding.

... (By the time/Already/Just) the sun set, the farmers had already stopped working.

Have you ... (just/ever/yet) been married, Kelly?

... (When/How much/How long) has he known her?

№ 5. Поставьте следующие предложения во множественное число.

1. This is a star. 2. This is a boy. 3. This is a baby. 4. That is a plate. 5. That is a flower. 6. That is a bookshelf. 7. Is this a sofa? 8. Is this a bookcase? 9. Is this a man? 10. Is that a ball? 11. Is that a train? 12. Is that a plane? 13. Is the window open? 14. Is the door closed? 15. Is the boy near the window? 16. That is not a king. 17. That is not a queen. 18. That is not a bus. 19. This isn't a mountain. 20. That isn't a goose. 21. This isn't a mouse. 22. It is a sheep. 23. It is a cigarette. 24. It is a cat. 25. It is not a girl. 26. It isn't a bag. 27. It isn't a tree. 28. It is not a bad egg. 29. It is a good egg. 30. Is that a flower?

Самостоятельная работа № 4.

№ 1. Fill in the gaps with the derivatives of the given words.

5. instruct

1. A qualified showed us how to use the laboratory equipment.
2. You should be aware of to know what to do in case of emergency.
3. He taught himself the sport by watching online videos.

6. remove

1. I went to the shop to buy a bottle of nail-varnish
2. She needed surgical of the tumour.
3. Take out all parts and wash them with warm water and detergent.

7. count

1. An noun has no plural form and cannot be counted.
2. The song has been played times on the radio.
3. Many theatres give to students.

8. danger

1. These orangutans are critically due to habitat loss.
2. Poor air quality is particularly for young children.
3. She was standing close to the fire.

№ 2. Fill in the gaps with the derivatives of the given words.

1. weigh

1. Astronauts work in conditions.
2. People's body can fluctuate during the day.
3. Animals were used to study the effects of on the brain.

2. explain

1. Could you give me a quick of how it works?
2. There are notes at the back of the book.
3. He's a good and always gives lots of examples to illustrate his words.

3. pronounce

1. French learners of English often "ch" as "sh".
2. I have a very English accent when I speak French.
3. There are two different of this word.

4. book

1. The Tourist Information Centre has about the area.
2. The office is open 15 minutes before the departure of each train.
3. Sorry, the hotel is fully and has no more spare rooms.

№ 3. Fill in the gaps with the derivatives of the given words.

5. happy

1. Wealth is not a measure of
2. People are very about the high ticket prices.
3., the operation was a complete success.

6. active

1. A video camera with night vision can be by movement.
2. These students are environmental, their aim is to protect the environment.
3. The fitness centre offers a lot of, such as cycling, swimming, and tennis.

7. attract

1. This is a very building, it badly needs redecoration.
2. This fairy-tale is very illustrated.
3. Buckingham Palace is a major tourist in London.

8. sense

1. He did the lottery, but he didn't win anything. It was completely
2. When she was frightened, she was to pain, she felt nothing.
3. Diplomacy is the only way to resolve this dispute.

№ 4. Fill in the gaps with the given words. Each word can be used only once!

1. away / down / out / up

1. When we gave her the bad news, she broke and cried.
2. When does your college break for Christmas?
3. In the film, the criminal broke from the policemen.
4. The Second World War broke in 1939.

2. about / out / round / up

1. The boy was so scared that he fainted, and his mother was trying to bring him
2. He brought his company's collapse by his reckless spending.
3. After Leo Tolstoy's mother had died, he was brought by his aunt.
4. The factory is bringing new chocolate bars all the time.

3. away / out / up / without

1. Our family decided to do with our old furniture.
2. The day was windy, and Tom did his coat and put on a woolen cap.
3. In her work, she cannot do a computer.
4. The room was beautifully done in pastel colours.

№ 5. Fill in the gaps with the given words. Each word can be used only once!

4. off / in / out / behind

1. He was injured in the first round and had to drop
2. Unfortunately, her popularity has dropped recently.
3. Drop on us any time you are in Kaliningrad!
4. Ellen dropped to tie her shoelace.

5. out / off / over / away

1. It can take weeks to get an illness like that.
2. I caught a very big fish, but it got
3. There was a huge public outcry when the news got
4. I got at the wrong stop and had to wait for another bus.

6. off / up / away / out

1. She is very persistent, and she doesn't give easily.
2. Well, don't get up, children, wait till I give your notebooks.
3. Those vehicles give more poisonous chemicals than are allowed.
4. Please don't give the secret to anyone!

7. down / in / out / over

1. The immigration officer ordered to hand our passports.
2. Please hand your keys when you leave the hotel.
3. This ring has been handed in my family.
4. The examiner handed the question papers at 8 o'clock exactly.

Самостоятельная работа № 5.

№ 1. Раскройте скобки, соблюдая правила построения утвердительных, отрицательных и вопросительных предложений в действительном залоге в Past Simple и Past Perfect.

I (to be) at the club yesterday

He (not to do) all the work before she came

She (to get) the job a week ago?

They (to go) to the park a few hours ago

When we came to the bus stop, the bus (to leave) already

We (to finish) the project by 9 o'clock yesterday?

I (to be) in New York before I visited London

He (not to paint) the picture before she came

She (cook) dinner by 10 o'clock yesterday?

They (to buy) a new car a year ago

We (not to sell) our computer yesterday

He (to read) the book before mother came?

№ 2. Напишите 3 формы неправильных глаголов.

keep → _____ → _____
forget → _____ → _____
mean → _____ → _____
teach → _____ → _____
feed → _____ → _____
blow → _____ → _____
set → _____ → _____
lead → _____ → _____
hurt → _____ → _____
hit → _____ → _____
throw → _____ → _____
freeze → _____ → _____
fall → _____ → _____
spend → _____ → _____
choose → _____ → _____

№ 3. Вставьте 2 или 3 формы следующих глаголов.

Have, fly, sleep, speak, read, make, pay, swim, have

Mike _____ a short break in the morning.

They have _____ about holidays.

We have _____ Alice a nice present.

They _____ well yesterday night.

I _____ in the river last Monday.

They have _____ for the hotel.

The birds have already _____ away.

They have _____ an interesting book.

I _____ a good time yesterday.

№ 4. Вставьте вторую форму предложенных глаголов в текст по смыслу.

Eat, find (2), go, teach, put up, have, swim

Last Saturday the Ivanov family 1) _____ camping in the countryside. They 2) _____ a nice place by a river. Mr Ivanov 3) _____ the tent. After that they 4) _____ some sandwiches and cakes. Then, Mr Ivanov 5) _____ Sam and Pamela to fish. Mrs Ivanova 6) _____ some flowers, and their dog Bars 7) _____ in the river. They all 8) _____ a very good time.

№ 5. Найдите предложения, в которых глагол в скобках может стоять в настоящем времени.

Our neighbour said his name (be) Fred.

He said he (be) tired.

I thought you (call) the doctor.

We met the woman who (live) next door.

Jane said she (can't afford) to buy a new car.

She asked me how many books I (read) last month.

Bob said he usually (go to bed) before midnight.

I wondered why Sam (leave) without saying a word.

Cavendish discovered that water (consist of) hydrogen and oxygen.

Alice and Henry said that they (be) from Florida.

Самостоятельная работа № 6.

№ 1. Fill in the gaps with the given words. Each word can be used only once!

1. out / on / along / down

1. I really must get to my studies, I've been lazy too long.

2. If this news gets, there'll be trouble.

3. I don't really get with my sister's husband.

4. She's old and needs help getting the bus.

2. away / up / off / out

1. I gave trying to understand John's new ideas.

2. The batteries are likely to give soon.

3. The fire doesn't seem to be giving much heat.

4. If captured, they might give vital military secrets.

3. down / up / to / into

1. In times of crisis, I know which friends I can turn

2. She tried hard to turn everything a joke.

3. How could you turn such a fantastic job?

4. Do you think many people will turn at the meeting?

№ 2. Fill in the gaps with the given words. Each word can be used only once!

4. to / up / in / off

1. You're very unfit; you ought to take running.

2. I took my new boss immediately.

3. Dad took the day to come with me.

4. She took me completely with her story.

5. into / out / over / through

1. Could we run your proposals once again?

2. I went to the shop for some milk, but they had run of it.

3. A truck ran my car at the lights this morning.

4. Look, the tea in your cup is running

6. off / out / down / in

1. They were cut for not paying their phone bill.

2. I was just talking to Jane, when Dave cut

3. Half of the forest was cut to make room for the road.

4. Cut the coupon and send those cheques off today.

7. in / on / down / through

1. I need to go my essay to check for spelling mistakes.

2. The matches were going simultaneously.

3. I used to go for all the competitions at school.

4. Spending has gone by 2%.

№ 3. Fill in the gaps with the given words. Each word can be used only once!

1. aback / after / off / down

1. The plane should take on time.

2. What's your new telephone number? I'd like to take it

3. My sister takes my father's appearance.

4. Bill was taken by the girl's directness.

2. out / on / up / through

1. House prices keep going

2. You have no right to go my personal possessions!

3. Suddenly the candle went

4. The meeting was going in the room next door.

3. in / on / off / up

1. We put a concert to raise money for cancer charities.

2. I cannot put with the house being messy.

3. Robert's attitude towards environment really puts me

4. Tom has been putting more hours at the office recently.

№ 4. Fill in the gaps with the given words. Each word can be used only once!

4. on / off / up / out

1. I can't put with a leaky freezer.

2. He's put ten pounds in the last month.

3. Please put that cigarette

4. I can't put going to the dentist any longer.

5. along / down / off / on

1. The bridge was steep, so I had to get my bike and push it up.

2. How are you getting with your essay?

3. Does she get well with her cousin?

4. We need to get to some serious talking.

6. down / into / out / up

1. We broke for the holidays in June.
2. A fight broke between the two gangs.
3. Someone broke my car and stole the radio.
4. My coffee maker seems to have broken again.

7. about / out / round / up

1. With the help of cold water the fainted man was brought
2. The new edition of the textbook is bringing in April.
3. The action has brought a dishonest result.
4. I brought my seven children single-handed.

№ 5. Fill in the gaps with the given words. Each word can be used only once!

1. about / with / in / to

1. We are still not entirely satisfied the explanation offered.
2. The area is rich wildlife.
3. She felt socially superior most of her neighbours.
4. She felt a little uneasy being alone in the room with Todd.

2. on / of / from / in

1. Don't waste your money such junk!
2. A heavy frost could result loss of the crop.
3. The police accused the woman kidnapping a newborn baby.
4. Director dismissed Michael his job for incompetence.

3. about / to / in / of

1. You were wrong Tom – he's not married.
2. He was always weak foreign languages.
3. A number of the report findings are worthy note.
4. It's quite easy to get addicted fast food.

4. on / of / to / over

1. The rent is subject review every five years.
2. The advantage the plan is its simplicity.
3. She had a decided advantage her opponent.
4. My father gave me a piece of good advice spending money.

Самостоятельная работа № 7.

№ 1. Fill in the gaps with the given words. Each word can be used only once!

5. on / of / for / to

1. Everybody should be made aware the risks involved.
2. But I promise I won't be bad you again.
3. The local economy is largely based tourism.
4. Parents are always anxious their children to get on.

6. at / in / for / to

1. You have to apply the passport office for a visa.
2. Students apply admission to a particular college.
3. It was dark by the time we arrived the station.
4. What time does the plane arrive Kaliningrad?

7. at / from / to / of

1. I felt ashamed the things I'd said to him.
2. She found herself growing deeply attached the old lady.
3. My parents looked astonished my news.
4. You could be disqualified driving for up to three years.

№ 2. Fill in the gaps with the derivatives of the given words.

1. correct

1. He didn't pass the exam because he answered
2. All his answers were so he failed the exam.
3. We see no cause to doubt the of these conclusions.

2. value

1. The experience I gained in the UK is and I just can't put a price on it.
2. Guests can keep their locked in the hotel safe.

3. This ring is because it is made of glass and ordinary metals.

3. expand

1. A vast of farmland is lost every year due to industrial growth.

2. We are witnessing the rapid of the software industry.

3. She opened her arms wide in an gesture of welcome.

4. pain

1. A injury forced her to withdraw from the game.

2. No one said that growing up would be easy or

3. I hope the event will proceed as smoothly and as possible.

№ 3. Fill in the gaps with the derivatives of the given words.

5. defend

1. She is a devoted of animal rights.

2. The sat impassively in the dock while evidence was given against him.

3. We naturally associate babies with

6. publish

1. Her mother is an editor and of the local magazine.

2. After his death, his son found an manuscript among his papers.

3. He became famous only after the of his third novel.

7. demonstrate

1. There was a against climate change and loss of biodiversity.

2. He isn't a very man, he never shows warm attitude to people.

3. They were hostile toward us.

8. break

1. The cup is made of glass and is supposed to last for years.

2. My mom said my uncle had a heart.

3. All must be paid for.

№ 4. Fill in the gaps with the derivatives of the given words.

1. negotiate

1. Peace between the two countries are due to start next week.

2. It is agreed that for both sides are to meet again tomorrow.

3. The offer is, so feel free to suggest changes.

2. explode

1. Oxalates of mercury and silver are examples of materials.

2. Thirty miners were killed in the

3. He said the bomb should be immediately disarmed.

3. tolerate

1. The constant quarrels between parents made life at home

2. Cactuses are of dry sandy soil.

3. He asked for of his habits.

4. worth

1. This canvas is a fake – it's completely

2. The committee voted on the initiative that was of attention.

3. Shares in the company collapsed to the point of

Самостоятельная работа № 8.

Translate the text without supporting materials while sitting in front of the teacher

MASS MEDIA IN OUR LIFE

Everywhere, every day, exciting things are happening. Each day is filled with news. People learn news and views during reading newspapers and magazines, talking over the telephone or they are kept informed by watching TV or listening to the radio. The press, the radio and television play a big role in the life of the society. They inform, educate and entertain people. They also influence the way people look at the world and make them change their views.

Mass media plays a very important role in organizing public opinion. Millions of people watch TV and read newspapers in their free time. Most of people cannot do without a newspaper in the underground or during the lunch break. TV also dominates the life of the family most of the time. It is also a habit which impossible to resist. The radio is turned on most of the time, creating a permanent background noise. So

Mass Media become a very important part of our life. Mass media denotes a section of the media specifically designed to reach a large audience. The term was coined in the 1920s with the advent of nationwide radio networks, mass-circulation newspapers and magazines. However, some forms of mass media such as books and manuscripts had already been in use for centuries.

Mass media can be used for various purposes: advocacy, both for business and social concerns.

Самостоятельная работа № 9.

Translate the text without supporting materials while sitting in front of the teacher

THE PROS AND CONS OF THE MAJOR ADVERTISING MEDIA

An advertiser's message can be communicated to his or her audience in many different ways. In the States, as well as most other developed countries, newspapers still attract the largest share of the total advertising budget, with television, radio, direct mail and magazines accounting for most of the rest. Other media such as billboards, yellow pages, videotext and telemarketing, although growing steadily, still account for a relatively small part of the amount spent on advertising. Each medium, of course, has its own strengths and weaknesses, and a prospective advertiser would do well to consider these when devising the company's advertising strategy.

The main advantage of newspaper advertising is its broad reach, getting through to a wide spectrum of the population. There is permanence, which you do not have with the electronic media and an all-year-round readership, which makes long-term strategies feasible. Regional newspapers also offer the advantages of geographical selectivity and flexibility. On the other hand, newspapers usually do not offer colour, and if they do the availability is limited and very often of mediocre quality. Most newspapers offer little in the way of demographic selectivity, which can make precise targeting very tricky.

Television's main appeal is that it offers a combination of sight and sound, which opens up an almost infinite range of creative possibilities. Furthermore, messages can be broadcast very frequently and, like newspapers, to a very broad target. The chief disadvantage, of course, is the high cost of production. The message tends to be short-lived and is often not seen at all as many viewers now have DVDs and skip over the advertisements.

Самостоятельная работа № 10.

THE PROS AND CONS OF THE MAJOR ADVERTISING MEDIA

Television's main appeal is that it offers a combination of sight and sound, which opens up an almost infinite range of creative possibilities. Furthermore, messages can be broadcast very frequently and, like newspapers, to a very broad target. The chief disadvantage, of course, is the high cost of production.

Radio offers the advantages of low cost and large potential audience. As with television, advertisers can select the stations and times favoured by the audience they want to reach but, like television viewers, listeners can easily switch stations when the advertisements come on. Even if they do not switch stations, there is a tendency for people to use the radio for background sound and ignore the advertisements. Maybe it is because radio does not offer any visual possibilities.

Magazines differ from newspapers in several respects. Firstly, they tend to be kept much longer, sometimes for several weeks or months, and are often passed from person to person. Secondly, the quality of the reproduction is much better, which means advertisers can show their products accurately and create a quality image. Thirdly, special interest magazines offer greater selectivity in reaching specific market segments. However, the costs tend to be high and the campaign usually has to be prepared a long time in advance.

Самостоятельная работа № 11.

Translate the text without supporting materials while sitting in front of the teacher

ADVERTISING AS A CAREER IN THE USA

Careers in advertising may involve working for advertisers, media, advertising agencies, or suppliers and special services. In opinion of American specialists, at most, only 35 colleges and universities in the USA have effective programs of advertising education. Fewer than 10 offer any truly significant amount of graduate work in advertising. However, advertising draws people from a variety of educational backgrounds.

Advertisers. Most companies that advertise extensively have advertising managers, or brand managers. Because these people help to coordinate the company's advertising program with its sales program and with the company's advertising agency, they must have aptitudes for both advertising and management.

Media. All media use salesmen to sell advertising space or broadcasting time. Media salesmen must be knowledgeable about business and skilled in salesmanship.

Advertising agencies. A variety of specialists is required in an advertising agency because it develops advertising programs, prepares advertisements, and places them in media. Those interested in advertising

research and fact gathering should know both statistics and consumer psychology. Competence in media planning and evaluation is essential for a career in media. The media buyer must identify and determine the most effective media in which to expose the advertising messages, and purchase space or time in these media.

Copywriting requires creative writing skills and ability to visualize ideas. The copywriter is a developer of advertising ideas and messages.

Самостоятельная работа № 12.

Translate the text without supporting materials while sitting in front of the teacher

Digital Advertising: A Comprehensive Analysis

Digital advertising has become an indispensable component of modern marketing strategies. It is a rapidly growing sector, leveraging technological advancements to reach targeted audiences more effectively and efficiently. In this detailed analysis, we will explore the dynamics of digital advertising, focusing on the significant roles played by social media platforms like VKontakte and Yandex, as well as the popularity of search engine marketing and display ads.

VKontakte (VK): VK, often dubbed the "Facebook of Russia," is a social media platform that has gained massive popularity in Russia and other CIS (Commonwealth of Independent States) countries. With over 97 million monthly active users, VK provides an extensive reach for digital advertisers. The platform offers various advertising options, including targeted ads, community ads, and promotional posts.

1. **Targeted Ads:** VK's targeted advertising allows businesses to reach specific demographics based on age, gender, interests, and behaviors. This precision targeting ensures that the marketing message is delivered to the most relevant audience, thereby increasing the likelihood of engagement and conversion.

2. **Community Ads:** These ads appear within VK communities, similar to Facebook Groups. Businesses can create or join communities relevant to their industry and promote their products or services within these groups. This method fosters a sense of community and trust, as the ads are seen within a familiar and engaging context.

3. **Promotional Posts:** These are akin to sponsored content on other social platforms, enabling businesses to promote their posts to a broader audience. Promotional posts can include rich media such as images, videos, and links, making them highly engaging and interactive.

Yandex: Yandex, often considered the "Google of Russia," is another significant player in digital advertising. It is not only a search engine but also provides a suite of services, including Yandex.Direct, an advertising platform that offers various types of ads, from text-based search ads to rich display ads.

1. **Search Ads:** Yandex.Direct's search ads are highly effective due to the platform's extensive reach and advanced targeting capabilities. These ads appear alongside search results, ensuring that they are seen by users actively seeking information related to the advertised products or services.

2. **Display Ads:** Yandex offers a network of partner sites where display ads can be shown. These ads can include images, videos, and interactive elements, making them visually appealing and highly engaging. The platform's sophisticated targeting options allow advertisers to reach specific audiences based on their browsing behavior, interests, and demographics.

Search Engine Marketing (SEM): SEM is a form of digital advertising that involves promoting websites by increasing their visibility in search engine results pages (SERPs) through paid advertising. It is a highly effective strategy as it targets users who are actively searching for specific information, products, or services.

1. **Pay-Per-Click (PPC) Advertising:** PPC is a popular SEM model where advertisers pay a fee each time their ad is clicked. This model ensures that the advertising budget is spent on actual user engagement rather than mere impressions. Platforms like Google Ads and Yandex.Direct offer robust PPC advertising options, enabling businesses to bid on keywords relevant to their offerings.

2. **Keyword Targeting:** Effective SEM campaigns rely on comprehensive keyword research to identify the terms and phrases that potential customers use when searching for related products or services. By targeting these keywords, businesses can ensure that their ads appear to users with high purchase intent.

Display Advertising: Display ads are visual advertisements that appear on websites, apps, and social media platforms. They come in various formats, including banners, videos, and rich media, and are designed to capture the audience's attention through compelling visuals and messages.

1. **Banner Ads:** Banner ads are rectangular images or animations placed on web pages. They are one of the most common forms of display advertising and can be highly effective in driving brand awareness and traffic to a website.

2. **Video Ads:** Video ads are increasingly popular due to their high engagement rates. Platforms like YouTube, Facebook, and Instagram offer various video ad formats, allowing businesses to deliver dynamic and engaging content to their target audiences.
 3. **Retargeting Ads:** Retargeting, or remarketing, is a strategy that involves displaying ads to users who have previously visited a website or engaged with a brand. This approach helps to keep the brand top-of-mind and encourages users to return and complete desired actions, such as making a purchase.
- Digital advertising is a rapidly evolving field that offers a plethora of opportunities for businesses to connect with their target audiences. Social media platforms like VKontakte and Yandex play pivotal roles in this landscape, providing advanced targeting and diverse advertising options. Additionally, search engine marketing and display ads remain popular and effective strategies for driving engagement and conversions. As digital advertising continues to grow, staying abreast of the latest trends and technologies will be crucial for businesses aiming to achieve their marketing objectives.

2. Для промежуточной аттестации:

2.1. Перечень вопросов к зачету с оценкой (другие формы контроля)

1. What are the key differences between mass media practices in Russia and those abroad?
2. How does the approach to advertising differ between Russian and international markets?
3. Can you outline the main types of advertising commonly used in both Russia and other countries?
4. What are some of the most effective types of advertising texts, and how do they vary across different cultures?
5. How has outdoor advertising evolved in recent years in Russia compared to other parts of the world?
6. In what ways do advertising and graphic design intersect to create impactful marketing campaigns?
7. How important is a well-designed logo in the success of a brand's advertising efforts?
8. What are some best practices for creating outdoor advertising that captures the attention of a diverse audience?
9. How do different types of advertising texts cater to various target demographics?
10. What role does cultural context play in the design and effectiveness of advertising materials in Russia versus abroad?
11. How does advertising influence consumer behavior and decision-making processes?
12. What are the key differences between advertising in print media and digital media?
13. In what ways has advertising shaped trends and consumer perceptions in the fashion industry?
14. What are the primary activities involved in public relations (PR) and how do they support advertising efforts?
15. Can you elaborate on the various professions within the advertising industry and their respective roles?
16. How has the role of print media advertising evolved in the age of digital marketing?
17. What strategies are commonly employed in the fashion industry to maximize the impact of advertising campaigns?
18. How do PR activities complement advertising strategies to enhance brand visibility and reputation?
19. What skills are essential for professionals working in different sectors of the advertising industry?
20. How do advertising professionals measure the effectiveness of their campaigns in both print and digital formats?
21. What ethical considerations must be taken into account when creating advertising content for international audiences?
22. How do consumer protection laws regarding advertising differ between Russia and Western countries?
23. What are the characteristics of successful social media advertising campaigns, and how do they vary by region?
24. How does language play a role in shaping persuasive messages in advertising across cultures?
25. What are the challenges of translating and localizing advertising content for foreign markets?
26. How do cultural stereotypes manifest in advertising, and what are the implications for international brands?
27. What impact do influencer marketing strategies have on consumer trust and brand loyalty?
28. How do emotional appeals in advertising differ between collectivist and individualist cultures?
29. What is the significance of color symbolism in advertising design across different countries?

30. How does storytelling enhance the persuasive power of advertising texts?
31. What are the emerging trends in interactive and experiential advertising globally?
32. How has the use of artificial intelligence changed the landscape of advertising?
33. What role does semiotics play in the analysis and creation of advertising messages?
34. How do brands adapt their visual identity when entering new cultural markets?
35. What are the benefits and drawbacks of using humor in advertising across cultures?
36. How do consumer expectations influence the tone and content of advertising messages in various regions?
37. In what ways do sustainability and environmental concerns shape modern advertising strategies?
38. What methods are used to conduct market research before launching an advertising campaign?
39. How does neuromarketing contribute to the development of more effective advertising strategies?
40. What role does user-generated content play in shaping brand narratives in the digital age?