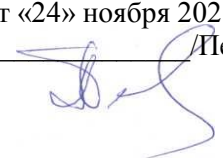
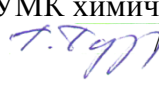


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» ХИМИЧЕСКИЙ
ФАКУЛЬТЕТ

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол № 4 от «24» ноября 2021 г.
Зав. кафедрой _____ Пешкова Н.П.



Согласовано:
Председатель УМК химического факультета
Гарифуллина Г.Г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ



Введение в профессиональную коммуникацию на иностранном языке
Базовая часть Б1.О.30.03

Направление подготовки
44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Профиль подготовки
Химия и английский язык

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения:
очная

Разработчик (составитель) Доц., к.ф.н. Титлова А.С.	 / Титлова А.С.
Разработчик (составитель) Доц., к.ф.н. Моисеева А.В.	 / Моисеева А.В.

Для приема: 2022 г.

Уфа 2022 г.

Составитель: Титлова А.С., Моисеева А.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры иностранных языков естественных факультетов ФРГФ протокол №4 от 24.11.2021

Заведующий кафедрой _____ / Пешкова Н.П.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры

_____, протокол №
_____ от «_____» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	10
4.3. Рейтинг-план дисциплины	11
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	21
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	21
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	23
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	24

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания:	Знает: основные современные приемы и средства устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации (русском) и иностранном(ых) языке(ах), используемые в профессиональном взаимодействии	УК-4	
Умения:	Умеет: воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном(ых) языке(ах); создавать на русском и иностранном(ых) языке(ах) письменные и устные тексты научного и официально-делового стилей речи	УК-4	
Владение (навыки / опыт деятельности):	Владеет: системой норм русского литературного и иностранного(ых) языка(ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, в том числе ведения деловой переписки	УК-4	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной

Дисциплина «Введение в профессиональную коммуникацию на иностранном языке» является базовой частью.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в средней общеобразовательной школе, а также в процессе введения в профильную подготовку по направлению 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки).

Целью освоения дисциплины является развитие способности и готовности студентов использовать усвоенные знания, умения и навыки в области иностранного языка для реализации коммуникативных функций на уровне, позволяющем полноценно осуществлять круг рабочих обязанностей в научно-исследовательской, проектной и организационно-управленческой сфере, а также профессиональное общение в научной и деловой среде в контекстах межъязыковой и межкультурной коммуникации.

Для освоения данной дисциплины необходимо уметь применять знания в ходе собственных научных исследований, аналитически мыслить, широко и во взаимосвязи воспринимать факты языка и окружающей действительности, квалифицированно их интерпретировать. Умения и навыки, приобретенные в ходе изучения предмета, студенты будут применять при изучении других теоретических и практических дисциплин, предусмотренных учебным планом и требующих более высоко уровня владения иноязычной речью.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции **УК-4**. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) – для зачета

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		не зачтено	зачтено
УК 4.1. Знает: основные современные приемы и средства устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации (русском) и иностранном(ых)	Знает: основные современные приемы и средства устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации (русском) и иностранном(ых) языке(ах),	Не знает	Демонстрирует свободное и уверенное знание основных норм современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических, орфоэпических).

языке(ах), используемые в профессиональном взаимодействии	используемые в профессиональном взаимодействии		Имеет полное и уверенное представление о системе функциональных стилей русского языка. Не допускает ошибок.
УК 4.2. Знает: основные современные приемы и средства устной и письменной коммуникации на иностранном(ых) языке(ах), используемые в профессиональном взаимодействии	Знает: основные современные приемы и средства устной и письменной коммуникации на иностранном(ых) языке(ах), используемые в профессиональном взаимодействии	Не знает	Демонстрирует свободное и уверенное знание основных современных приемов и средств устной и письменной коммуникации на иностранном(ых) языке(ах), используемые в профессиональном взаимодействии
УК 4.3. Умеет: воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном(ых) языке(ах); создавать на русском и иностранном(ых) языке(ах) письменные и устные тексты научного и официально-делового стилей речи	Умеет: воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном(ых) языке(ах); создавать на русском и иностранном(ых) языке(ах) письменные и устные тексты научного и официально-делового стилей речи	Не умеет	Демонстрирует устойчивое умение пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка, не допускает ошибок.
УК 4.4. Умеет воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на иностранном(ых) языке(ах); создавать на иностранном(ых) языке(ах) письменные и устные тексты научного и официально-делового стилей речи	Умеет: воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на иностранном(ых) языке(ах); создавать на иностранном(ых) языке(ах) письменные и устные тексты научного и официально-делового стилей речи	Не умеет	Демонстрирует устойчивое умение воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на иностранном(ых) языке(ах); создавать на иностранном(ых) языке(ах) письменные и устные тексты научного и официально-делового стилей речи
УК 4.5. Владеет: системой норм русского литературного и иностранного(ых) языка(ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, в том числе ведения деловой переписки	Владеет: системой норм русского литературного и иностранного(ых) языка(ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, в том числе ведения деловой переписки	Не владеет	Демонстрирует высокий уровень владения основными нормами современного русского языка (орфографическими, пунктуационными, грамматическими, стилистическими, орфоэпическими), не допускает ошибок
УК 4.6. Владеет системой норм иностранного(ых) языка(ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, в том числе ведения деловой переписки	Владеет: системой норм иностранного(ых) языка(ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, в том числе ведения деловой переписки	Не владеет	Демонстрирует высокий уровень владения системой норм иностранного(ых) языка(ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, в том числе ведения деловой переписки

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10; для зачета: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

для зачета:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),

не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов.

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ИУК 4.1.	Знать основные современные приемы и средства устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации (русском) и иностранном(ых) языке(ах), используемые в профессиональном взаимодействии	Грамматические и лексические тесты; составление писем разных типов.
ИУК 4.2.	Уметь воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном(ых) языке(ах); создавать на русском и иностранном(ых) языке(ах) письменные и устные тексты научного и официально-делового стилей речи	Письменный перевод профессиональных текстов с русского языка на иностранный и наоборот; реферирование текстов по специальности; устные доклады по общенаучным темам и по теме исследования.
ИУК 4.3.	Владеть системой норм русского литературного и иностранного(ых) языка(ов); навыками использования языковых средств для достижения профессиональных целей, в том числе ведения деловой переписки	Составление презентаций по теме исследования; дискуссия с аудиторией по теме.

4.3 Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг-план дисциплины представлен в приложении 2.

Перечень примерных вопросов:

1. Answer the theoretical question and provide translation examples: The category of number in scientific and technical terms
2. Answer the theoretical question and provide translation examples: translating gerundial prepositional phrases in special texts
3. Answer the theoretical question and provide translation examples: translating infinitives in special texts
4. Answer the theoretical question and provide translation examples: translating absolute participial constructions in special texts
5. Answer the theoretical question and provide translation examples: translating attributive and adverbial participles in special texts
6. Answer the theoretical question and provide translation examples: translating gerundial complexes in special texts
7. Answer the theoretical question and provide translation examples: Typical lexical problems of translating nouns and nominative constructions in special texts
8. Answer the theoretical question and provide translation examples: Typical lexical problems of translating polysemantic verbs as ST terms
9. Answer the theoretical question and provide translation examples: Translating attributive nominative terminological constructions (rules and checking procedures)
10. Answer the theoretical question and provide translation examples: Translating attributive nominative terminological constructions (mixed-type attributive constructions and adjectival translation patterns)
11. Answer the theoretical question and provide translation examples: patterns of translating attributive components of terminological groups
12. Answer the theoretical question and provide translation examples: lexico-stylistic classification of terminological word-groups
13. Answer the theoretical question and provide translation examples: translating infinitive complexes in special texts
14. Answer the theoretical question and provide translation examples: models of translating multi-word attributive terminological groups

Пример рубежной письменной контрольной работы

A guide to the IELTS modules

IELTS is divided into four modules, taken in the order below.

Listening

(30 minutes)

In each section you will hear a recording. The four sections become progressively more difficult and each recording is played once only. There are pauses to divide the recording into smaller parts. For each part you need to answer a series of questions of one type. References to examples of each question type are given in the table.

Section	Number of items	Text type	Task types
1	10	social or transactional conversation (2 speakers)	completing notes, table, sentences, diagram, flow chart or summary (page 15)
2	10	talk or speech on social needs (1 speaker)	short-answer questions (page 75)
3	10	conversation in educational context (2-4 speakers)	various kinds of multiple-choice questions (page 62)
4	10	talk or lecture on topic of general interest (1 speaker)	labelling parts of a diagram (page 51) matching lists (page 39) sentence completion (page 27)

Academic Reading

(60 minutes)

The three passages contain 2000–2750 words in total and become progressively more difficult, but they are always suitable for non-specialist readers. If any technical terms are used, they will be explained in a glossary. References to examples of each question type are given in the table.

Passage	Number of items	Text type	Task types
1	11–15	topics of general interest	various kinds of multiple-choice questions (page 48)
2	11–15	non-specialist articles or extracts from books, journals, magazines and newspapers	short-answer questions (page 12) sentence completion (page 12)
3	11–15	one, at least, has detailed logical argument	classification (page 142) matching headings with paragraphs or sections of text (page 24) completing notes, sentences, tables, summary, diagram or flow chart (page 12) matching lists/phrases (page 72) locating information with paragraphs (page 144) true/false/not given (text information) (page 36) yes/no/not given (writer's views) (page 36)

Academic Writing

(60 minutes)

There is no choice of task, either in Part 1 or 2, so you must be prepared to write about any topic. However, the topics in the exam are of general interest and you do not need to be an expert to write about them. References to examples of each task type are given in the table.

Task	Time	Format	Task types
1	20 minutes	150-word report, describing or explaining a table or diagram (page 18)	presenting information based on: <ul style="list-style-type: none"> • data, e.g. bar charts, line graph, table • a process/procedure in various stages • an object, event or series of events
2	40 minutes	250-word essay, responding to written opinion/problem (page 30)	presenting and/or discussing: <ul style="list-style-type: none"> • your opinions • solutions to problems • evidence, opinions and implications • ideas or arguments

Speaking (11–14 minutes)

You will be interviewed, on your own, by one Examiner, and the conversation will be recorded on audio cassette. The three-part structure of the interview is always the same, although the topics will vary from candidate to candidate. References to examples of each main part are given in the table.

Part	Time	Format	Task types
1	4–5 minutes	familiar discussion (page 16)	<ul style="list-style-type: none">• Introduction, ID check• You answer questions about familiar topics: yourself, your home/family, job/studies, and interests.
2	3–4 minutes	extended speaking (page 28)	<ul style="list-style-type: none">• You are given a topic verbally and on a card. You have a minute to prepare a talk.• You speak for 1–2 minutes on the topic, e.g. a person, place, object or event.• You answer one or two follow-up questions.
3	4–5 minutes	topic discussion (page 40)	<ul style="list-style-type: none">• You answer verbal questions, discussing more abstract ideas linked to the topic of Part 2.

Количество вариантов контрольной работы зависит от числа обучающихся.

Вопросы для группового опроса (коррелируют с темами лекционных занятий)

Проанализируйте текст научной статьи для лексико-семантического анализа и перевода:

PHYSICAL LAWS IN CURVED SPACETIME

Units in bold type – terms to be analyzed as attributive semantic structures supplied with two translation variants (lexico-semantic or structural)

In italics - syntactic segments requiring avoidance of mechanical rendering

With the mathematics of **curved spacetime** *at hand*, *one is tempted* to rush headlong into a detailed study of **Einstein's field equations**, but such temptation must be resisted for a short time more. To *grasp the field equations fully*, one must first understand how the **classical physical laws** change, or do not change, in the **transition** from **flat spacetime** to curved; and one must understand how the **gravitational field (metric; spacetime curvature)** can be "measured".

Wherever one is and whenever one measures the gravitational field, one finds that *then and there* one can introduce a **local inertial frame** in which all **test particles** move along straight lines. Moreover, this local inertial frame is also a **locally Lorentz frame**: in it the **velocity of light** *has its*

standard value, and light rays, like **world lines** of test particles, are straight. *But physics is more*, and the *analysis of physics* demands more than an account solely of the **test particles motions** and light rays. What happens to **Maxwell's equations**, the **hydrodynamic laws**, the **principles of atomic structure**, and all the rest of physics under the influence of **powerful gravitational fields**?

The answer is simple: in any and every **local Lorentz frame**, anywhere and anytime in the universe, all the **nongravitational physical laws** must take on their *familiar special-relativistic forms*. *Equivalently*: there is no way, by experiments *confined to infinitely small regions of spacetime*, to distinguish one local Lorentz frame in one region of spacetime from any other local Lorentz frame in the same or any other region. This is **Einstein's equivalence principle in its strongest form** - a principle that is *compelling both philosophically and experimentally*.

The equivalence principle *has great power*. With it one can *generalize* all the special relativistic laws of physics *to curved spacetime*. And the *curvature need not be small*. It may be as large as that in the center of a neutron star; as large as that *at the edge of a black hole*; arbitrarily large, in fact - or almost so. Only at the **endpoint of gravitational collapse** and in the initial instant of the "big bang," i.e., only at **spacetime singularities**, will there be a *breakdown in the conditions* needed for direct application of the equivalence principle. Everywhere else the equivalence principle acts as a tool to *mesh all the nongravitational laws of physics with gravity*.

Compare the **abstract geometric law** ($\nabla \cdot T = 0$) in curved spacetime with the corresponding ($\nabla \cdot T = 0$) in flat spacetime. They are identical! That *this is not an accident* one can readily see by *tracing out the above argument* for any other law of physics (e.g., Maxwell's equation $\nabla \cdot F = 4\pi J$). The laws of physics, written in abstract geometric form, *differ in no way whatsoever* between curved spacetime and flat spacetime; this is guaranteed by, and in fact is a mere rewording of the equivalence principle.

Compare the **component version** of the law $\nabla \cdot T = 0$, as written in an **arbitrary curved spacetime frame** $T^{\mu\nu}{}_{;\nu} = 0$, with the component version in a **global Lorentz frame** of flat spacetime $T^{\mu\nu}{}_{,\nu} = 0$. They differ in only one way: the comma (**partial derivative; flat-spacetime gradient**) is replaced by a semicolon (**covariant derivative; curved-spacetime gradient**). This procedure for *rewriting the equations* has universal application. The laws of physics, written in **component form**, change on passage from flat spacetime to curved spacetime by a mere replacement of all commas by semicolons (no change at all physically or geometrically; *change due only to switch in reference frame* from Lorentz to non-Lorentz!). This statement, like the *nonchanging of abstract geometric laws*, is *nothing but a rephrased version* of the equivalence principle.

3) Создайте вторичный научный текст на иностранном языке, используя реферирование и аннотирование.

Tactics of Implicit Comparison In US Advertising Discourse

With financial support of The Chelyabinsk Region Government

E. Anikin

In this paper we go on with the analysis of the strategy of comparison realization in the US advertising discourse (for other materials see [Anikin 2005, Anikin 2006]) and more thoroughly deal with a tactics within the given strategy – the tactics of implicit comparison.

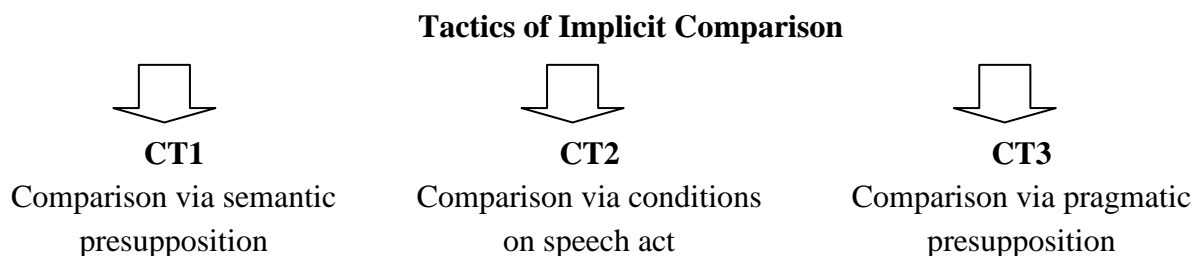
Under implicit we understand the kind of information not constituting the immediate meaning of text components (words, grammemes) indicated in the dictionary and, however, perceived by the hearer or reader of the text [Implicitness in Language and Discourse, 1999:8].

The division of information into explicit and implicit is connected with the asymmetrical dualism of linguistic signs, i.e. with the linguistic unit having both the plane of expression and the plane of content. According to F. de Saussure’s concept of linguistic units’ dual nature, a linguistic unit is realized in a certain material form (phonic or graphic) representing its significant ('le signifiant'). But it carries as well a certain content constituting its signified ('le signifié'). A linguistic sign assigns a certain signified to a certain significant. The fact of non-conformity of a signified to a significant represents implicitness.

Thus, implicit information represents discrepancy between the said/written and the heard/read, i.e. comprehended, extracted. According to P. Grice’s postulates, the listener’s activity consists not only in deciphering signs (i.e. understanding meanings of words, grammemes, etc), but also in making numerous conclusions on the ground of the text, context and background knowledge [Grice, 1985: 221]

The use of implicit information is especially characteristic of advertisements and represents a distinct feature of a well-structured advertising text. The reason is that the imperative “Buy!” expressed explicitly will be interpreted by the recipient (the would-be customer) as an attempt to impose somebody else’s will upon him, and hence, rejected. If the appeal, however, is implicit, it won’t be judged directly, and hence, may be interpreted by the recipient as his own conclusion, which substantially increases the efficacy of the commercial message. The use of implicit information for the sake of creating the comparison effect in commercials has a clear-cut pragmatic implication: explicit comparisons are often prohibited by advertising regulations, and besides can provoke competitors’ as well as customers’ antagonism.

There exist numbers of types of implicit information [Paducheva 1985; Novelty in Foreign Linguistics 1985; Implicitness in Language and Discourse 1999; etc]. In our research we rely upon the typology offered in the monograph Implicitness in Language and Discourse [1999]. According to the three types of implicit information outlined in the monograph, we define in American advertising discourse comparisons based on semantic and pragmatic presuppositions as well as via speech act success conditions. Thus, the tactics of implicit comparison in US advertising discourse may be presented by the following chart:



CT1 – Comparison via semantic presupposition

One of the widespread tools of creating semantic presuppositions consists in placing the main thesis into the sub-clause where it looks as a well-known axiomatic fact. This method can be illustrated, for instance, by the telecommunication company *Vodafone*’s message:

“Find out why more business people prefer Vodafone”

The addressant's pragmatic goal consists in convincing the recipient that *Vodafone* is the best telecommunication system for business people. The sub-clause "*why more business people prefer Vodafone*" carries the obvious presupposition "*most business people prefer Vodafone*". It remains true even through the negation of the statement:

"Don't find out why more business people prefer Vodafone".

Thus, the message originators manage to avoid the laborious process of proving the thesis implied through the semantic presupposition. It is introduced as a self-evident fact and as far as introduced implicitly is perceived like it by the recipient. Analyzing this type of messages Y.K. Pirogova argues that should the presuppositional part of the slogan be introduced explicitly... the slogan would provoke an inner protest of many people [Pirogova 2001].

One more example of introducing the advertising comparing thesis in the form of presupposition is the slogan of the *AOL* online-company:

"So easy to use, no wonder it's number one" – AOL

The presupposition – "*AOL is number one in the world*" – remains true even if we negate the statement:

"So difficult to use, it's surprising it's number one"

One more means of creating semantic presuppositions implying comparison consists in the so-called sentences-equations ("If A then B") carrying the presupposition C. When negating both parts of the statement the presupposition has to stay intact:

"If it's Borden's, it's got to be good" – BORDEN, INC

The semantic presupposition of this pseudo logical equation is the implication: "*Only BORDEN, INC's products are really good. Other companies' dairy products do not comply with high standards.*" The same implication is true even when negating the equation: "*If it's not Borden's, it hasn't got to be good*".

CT2 – Comparison via conditions on speech act

Creating conditions on speech act success may be considered another effective means of producing messages with implicit comparisons possessing a powerful perlocutionary potential. This type of implicit information is based on the creation of such a communicative situation when the implication necessary to the advertiser is most probably actualized in the recipient's mind. This conversational turn is widespread in the US advertising discourse.

One of the most popular ways of its realization consists in explicitly expressing general self-evident truths about the category of the advertised product and describing elementary procedures of its production. It might seem the advertiser is just wasting his time and money explaining what is well-known to anybody. In reality this kind of messages implies a hint at the incompetence, greed, and other vices of the competitors:

"We never stop working for you" – Verizon Wireless

It seems absolutely self-evident and matter-of-course that a wireless operator provides its services 24/7 without pausing. However, the explicit declaration of the main wireless market principle implies a hint that other companies from time to time stop providing customers with their service without any good reason. The communicative situation created by the advertiser helps distinguishing the publicized item and obliquely discredit competitors. In the meantime the explicit part of the statement is absolutely legitimate and evokes no suspicion of dishonest competition.

The same tool is used in *GENERAL ELECTRIC* HR department's slogan:

"There are no Whites working at G.E. No Blacks either. Just people. And we need more."
Human Resources GENERAL ELECTRIC.

The principle of racial equality is one of the founding in the US Constitution. In sober fact the situation remains controversial though. Making use of the substantivized adjectives 'Whites' and 'Blacks' this message implies the hint that other companies might base their recruiting campaigns on discriminatory factors.

Very often advertisers benefit from the effect of sensation that helps diverting the recipient's focus from the thesis to prove and makes the message endure criticism:

"Finally! An airline that recognizes business travel for what it really is" – Canadian Air Travel

In this message the advertiser manages kill two birds with one stone: on the one hand, the air-company is introduced as competent and innovative, on the other hand, the message discredits the competitors. The following statement may serve a possible implication: 'older air companies aren't competent.'

CT3 – Comparison via pragmatic presupposition

Pragmatic presuppositions are presuppositions concerned with the addressee's extralinguistic knowledge and beliefs [Pirogova, 2001: 218]. Most often pragmatic presuppositions in the US advertising discourse actualize through allusions as well as through signs of everyday life.

Allusions in the American advertising discourse strike with the diversity of the donour-spheres. Very often the source of allusion is religion:

"The first truly feminine cigarette - almost as pretty as you are. Women have been feminine since Eve, now cigarettes are feminine. Eve, also with menthol" – EVE CIGARETTES.

The advertiser successfully uses the brand name coinciding with the name of the first woman. The implication of the message is: *"Smoke EVE and you'll be as feminine as the first woman on the Earth."*

In the next slogan the *American Coach Lines* bus company implicitly compares itself to Lord while hinting that air companies are void of godlike characteristics. Hence it's more preferable for people to travel by bus than by plane:

"If man were meant to fly, God would have lowered the fares" – American Coach Lines

Biblical and look-alike allusions reflect a characteristic feature of American society, namely, its piousness. Much rarer are allusions to ancient mythology:

"I seem to be Achilles ... but, my dear, it happens to be your heel that is my vulnerable spot. Such slenderness! Such grace! One look and I am slain." – PEACOCK SHOES

The implication from the message is – 'buy PEACOCK SHOES and Achilles will be at your feet'

Folklore (fairy tales, legends) is a favourable source of comparative allusions:

"Quicker than Rudolf, bigger than Santa, more sensual than mistletoe, warmer than socks, miles better than charades and the biggest surprise of all" – Interflora flowers

In this message the *Interflora flowers* company compares itself to fairy characters like Rudolf, Santa Claus and the mistletoe having a deep symbolical meaning. The choice of these symbols may be considered undoubtedly successful since all the three are irrevocably associated with Christmas – the Americans' favourite holiday evoking the warmest feelings. Besides, the message implies an appeal: *'Christmas is a great occasion to present Interflora flowers to your dears.'*

Allusion to “Snow White and the Seven Dwarfs” can be traced in the message from the *Continental Insurance Company*:

“Your client is a poor, rejected stepchild, whose best friends are dwarfs. Can you insure her against poisoned apples?” – Continental Insurance Company

Among the other donour-spheres of advertising comparative allusions we can outline:

- Art: *“Each Record a Masterpiece”* - Van Dyke Records (a word-play exploiting the relation of paronymy between the brand name and the name of a great painter of late Renaissance)

- Science: *“Einstein's Theory of Relativity: give strangers the same price you give relatives” Einstein-Moomjy Carpets* (a word-play exploiting the relation of paronymy between the brand name and the name of a famous scientist)

The conversational turn under consideration, as well as the tactics of implicit comparison on the whole, presents a highly effective means of speech influence. Their advantage over the other means consists in that the analyzed messages let the recipient take an active part in decoding them, capture his interest. Besides such type of commercials help avoid the triviality and prosiness of the advertising discourse, bring in a whiff of fresh air and distinguish the advertised item.

1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Данчевская, О. Е. English for Cross-Cultural and Professional Communication. Английский язык для межкультурного и профессионального общения [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Е. Данчевская, А. В. Малёв . – М. : Флинта, 2011. – 194 с. – Доступ возможен через Электронную библиотечную систему «Университетская библиотека online». – [<URL:http://www.biblioclub.ru/book/93369/>](http://www.biblioclub.ru/book/93369/)
2. Овчинникова, И. М. Professional Communication for the Linguistic Department. Учебное пособие. / И. М. Овчинникова, И. И. Ярославская / под ред. С.С. Хромова. – М. : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2007. – 231 с. – Доступ возможен через Электронную библиотечную систему «Университетская библиотека online». – [<URL:http://www.biblioclub.ru/book/90629/>](http://www.biblioclub.ru/book/90629/)
3. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. [Электронный ресурс] 3-е издание / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Изд-во Московского университета, 2007. – 369с. – Доступ возможен через Электронный читальный зал (ЭЧЗ) БашГУ. – [<URL:https://bashedu.bibliotech.ru/Reader/Book/766>](https://bashedu.bibliotech.ru/Reader/Book/766)

Дополнительная литература:

4. Мешков, О. Д. Практикум по переводу с русского языка на английский / О.Д. Мешков, М. Лэмберт ; отв. ред. В. Ф. Усов. – М. : НВИ-ТЕЗАУРУС, 2002 . – 116 с. (103 экз., аб. №5)
5. Нелюбин Л.Л. Введение в технику перевода (когнитивный теоретико-прагматический аспект): учебное пособие. [Электронный ресурс]. - М.: Флинта,

2009. - 108 с. – Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". – <http://www.biblioclub.ru/book/58027/>
6. Кухаренко В. А. Практикум по стилистике английского языка. Seminars in Stylistics. Учебное пособие. 3-е изд., исправл. [Электронный ресурс] – М.: Флинта, 2009. – 93 с. – Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". – <http://www.biblioclub.ru/book/83381/>
 7. Попова В. В. Каширина Е. С. Effective Commenting On The Text. Учебное пособие. – М.: "Прометей", 2011. - 48 с. – Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". – <http://www.biblioclub.ru/book/105795/>
 8. Гераскина Н. П., Данилина А. Е., Нечаева Е. И. Effective Communication. Учебное пособие. Изд-во «КДУ», 2007. 481с. <https://bashedu.bibliotech.ru/Reader/Book/190>
 9. Кочеткова И. К. Active Communication. Учебное пособие Изд-во «КДУ» 2007. 401с. <https://bashedu.bibliotech.ru/Reader/Book/53>
 10. Комаровская С. Д. Мировая экономика. English for Economists Bankers Businessmen Entrepreneurs Market Specialists and Managers. Учебник. – М.: Изд-во КДУ, 2007. – 523с. <https://bashedu.bibliotech.ru/Reader/Book/42>
 11. Комаровская С.Д. Justice and the Law in Britain. Английский язык для юристов: учебник. Изд-во «КДУ», 2009. – 353с. <https://bashedu.bibliotech.ru/Reader/Book/233>
 12. Кохтев Н.Н. Реклама: искусство слова. Рекомендации для составителей рекламных текстов. – Изд-во Московского университета, 2004. – 97с. <https://bashedu.bibliotech.ru/Reader/Book/967>
 13. Пантюхина Л.В., Маслина И. Л. Практикум по экономическому переводу с английского языка. – Изд-во «МГИМО-Университет», 2001. – 169с. <https://bashedu.bibliotech.ru/Reader/Book/6788>
 14. Павликова С. К. Учебное пособие по политпереводу с английского на русский язык. – Изд-во «МГИМО-Университет», 2001. – 81с. <https://bashedu.bibliotech.ru/Reader/Book/6740>
 15. Охримович К.В. Практикум по лингвистической стилистике английского языка. – Уфа: БашГУ, 2007. – 106с. (аб №5,83 экз.)

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. **Multitran.ru** – <http://www.multitran.ru/>
2. **ABBY Lingvo** – CD-ROM or online: <http://www.lingvo.ru/lingvo.asp>
3. **Multilex online** – <http://online.multilex.ru/>
4. Cambridge Dictionaries Online – <http://dictionary.cambridge.org/>
5. **Merriam-Webster Online** – <http://www.m-w.com/>
6. Heinle’s Newbury House Dictionary of American English – <http://nhd.heinle.com/Home.aspx>
7. Assorted Encyclopedias on the Web – <http://edis.win.tue.nl/encyclop.html>

8. Encyclopedia Britannica – School & Library Site – <http://www.eb.com/>
9. Acronym Finder – <http://acronymfinder.com/>
10. Online Picture Dictionary – <http://www.text-reader.com/picdic/index.shtml>
11. Roget's II The New Thesaurus, Third edition. 1995. Bartleby.com – <http://www.bartleby.com/62/>
12. Thesaurus.com – <http://thesaurus.reference.com/>
13. www.pnas.org/ (Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America),
14. <http://evolbiol.ru/paperlist.htm>,
15. <http://palaeos.com/>
16. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade.
17. Microsoft Office Standard 2013 Russian

Корпуса текстов и лингвистические/образовательные/профессиональные ресурсы

18. BNC British National Corpus – <http://www.natcorp.ox.ac.uk/>
19. ICE The International Corpus of English – <http://www.ucl.ac.uk/english-usage/ice/index.htm>
20. Национальный корпус русского языка – <http://www.ruscorpora.ru/>
21. The Internet TESL Journal – <http://iteslj.org/links/TESL/>
22. TESOL – Teachers of English to Speakers of Other Languages, Inc. – http://www.tesol.org/s_tesol/index.asp
23. IATEFL – The International Association of Teachers of English as a Foreign Language – <http://www.iatefl.org/>
24. Guide to citation in the Harvard style; quick guides to referencing www.bournemouth.ac.uk/library/citing_references/citing_refs_main
25. Guide to citation in the APA style – www.apastyle.org
26. Learning Skills website – <http://www.csu.edu.au/division/studserv/learning>
27. IPL – The Internet Public Library – <http://www.ipl.org/>
28. PROJECT GUTENBERG – <http://promo.net/pg/> – <http://www.gutenberg.us/com/index.htm>
29. BIBLIOMANIA – Free on-line literature and study guides – <http://www.bibliomania.com/>
30. English as a Second Language Podcast – <http://www.eslpod.com/website/index.php>
31. One Stop English (section Podcasts) – <http://www.onestopenglish.com>
32. Vocabulary Safari – <http://home.earthlink.net/~ruthpett/safari/orient.htm>
33. Vocabulary Quizzes – <http://www.aitech.ac.jp/~iteslj/quizzes/vocabulary.html>
34. English Vocabulary – http://xahlee.org/PageTwo_dir/Vocabulary_dir/vocabulary.html
35. BBC World Service- Words in the News – <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/words/>
36. Etymology – <http://eleaston.com/holland.html>

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

<p>1. Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа аудитория № 405 (корпус химического факультета),</p>	<p>Аудитория № 405 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, ноутбук, мультимедиа-проектор Mitsubishi XD3200U, экран с электроприводом 300*400см Spectra Classic.</p> <p>Аудитория № 311 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия,</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114</p>
--	---	---

<p>аудитория №311 (корпус химического факультета), аудитория № 310 (корпус химического факультета), аудитория № 305 (корпус химического факультета), аудитория № 001 (корпус химического факультета), аудитория № 002 (корпус химического факультета), аудитория № 006 (корпус химического факультета), аудитория № 007 (корпус химического факультета), аудитория № 008 (корпус химического факультета). 2. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций аудитория № 405 (корпус химического факультета), аудитория № 311 (корпус химического факультета), аудитория № 310 (корпус химического факультета), аудитория № 305 (корпус химического факультета). 3.учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 405 (корпус химического факультета), аудитория №311 (корпус химического факультета), аудитория № 310 (корпус химического факультета), аудитория № 305 (корпус химического факультета), аудитория № 004 (корпус химического факультета), аудитория № 005 (корпус химического факультета).</p>	<p>доска, ноутбук, проектор Mitsubishi XD 600U, экран с электроприводом Projecta 183*240см Matte white.</p> <p>Аудитория № 310 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, ноутбук, мультимедиа-проектор Mitsubishi EW230ST, экран настенный Classic Norma 244*183.</p> <p>Аудитория № 305 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, ноутбук, мультимедиа-проектор Mitsubishi EW230ST, экран настенный Classic Norma 244*183.</p> <p>Аудитория № 001 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска</p> <p>Аудитория № 002 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска</p> <p>Аудитория № 006 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска</p> <p>Аудитория № 007 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска</p> <p>Аудитория № 008 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска</p> <p>Читальный зал № 1 Научный и учебный фонд, научная периодика, ПК (моноблок) - 3 шт, неограниченный доступ к ЭБС и БД; количество посадочных мест – 76.</p> <p>Читальный зал №2 Научный и учебный фонд, научная периодика, ПК (моноблок), подключенных к сети Интернет, – 8 шт., Wi-Fi доступ для мобильных устройств, неограниченный доступ к ЭБС и БД; количество посадочных мест – 50</p> <p>Читальный зал № 5 Научный и учебный фонд, научная периодика, ПК (моноблок) - 3 шт, неограниченный доступ к ЭБС и БД; количество посадочных мест – 27.</p> <p>Читальный зал № 6 Научный и учебный фонд, научная периодика, ПК (моноблок) - 6 шт, неограниченный доступ к ЭБС и БД; количество посадочных мест – 30.</p> <p>Читальный зал № 7 Научный и учебный фонд, научная периодика, ПК (моноблок) - 5 шт, неограниченный доступ к ЭБС и БД; количество посадочных мест – 18.</p>	<p>от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные 3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный. Договор №31806820398 от 17.09.2018 г. Срок действия лицензии до 25.09.2019</p>
---	---	---

<p>факультета).</p> <p>4.помещение для самостоятельной работы</p> <p>Читальный зал №1 (главный корпус)</p> <p>Читальный зал № 2 (физмат корпус)</p> <p>Читальный зал №5 (гуманитарный корпус)</p> <p>Читальный зал №6 (корпус института права)</p> <p>Читальный зал №7 (гуманитарный корпус)</p>		
---	--	--

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ХИМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «**Введение в профессиональную коммуникацию на**

иностранном языке» на 2 семестр

очная форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	32
лекций	
практических/ семинарских	32
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	40
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма контроля:

зачет: 2 семестр

№ п/ п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Осн. и доп. лит-ра, рекомендуемая студентам	Задания по самост. работе студентов с указанием литературы, номеров задач	Форма контроля самостоят. работы студентов
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	4	5	6	7	8	9	11
1	<p>Модуль 1. English for Research Структура и особенности научных и научно-публицистических текстов на иностранном языке. Сопровождение и языковое обеспечение профессиональной деятельности.</p> <p>Модуль 1.1. Лексические, грамматические, стилистические и структурные особенности научно-публицистических текстов на</p>		8		14	а) 1,2 б) 2,4,5	<p>Подготовка к опросу и письменной работе, углубленное изучение материала</p> <p>а) 1: Глава 7, разделы 7.1 – 7.3, Глава 9, раздел 9.2</p> <p>б) 2: Часть I, раздел 2</p> <p>3: Тема 1</p> <p>Создание</p>	Групповой опрос, контрольная работа

	иностранном языке. Перевод научных текстов по специальности с учетом всех его особенностей.						терминологических баз и глоссариев специальной терминологии	
	<p>Модуль 2. Аналитическая работа с профессиональными текстами 2(а). Логическая структура научного предложения и текста: Логика обоснования и логика изложения научного текста на иностранном языке. Принципы интерпретации научного текста. Жанры научного текста. 2(б). Оценка качества и достоверности получаемой информации и информационных ресурсов, в том числе и веб-ресурсов.</p>		8		14	а) 1,2 б) 1,2,4	Подготовка к тестированию, углубленное изучение материала а) 1: Глава 13, раздел 13.1 2: Часть 2, часть 3 б) 4: Раздел 1 3: Тема 6	Групповой опрос, контрольная работа

3	<p>Модуль 3. English for Active Participation in Professional Communication</p> <p>Качественное представление результатов собственной научно-практической деятельности на иностранном языке.</p> <p>1.1.1 Создание текстов статей и тезисов докладов для участия в научно-практических конференциях международного уровня и их подготовка к публикации на бумажных носителях и в сети Интернет в соответствии с общепринятыми стандартами и требованиями.</p> <p>4.1.2. Логика познания, логика обоснования и логика изложения научного текста на иностранном языке.</p> <p>4.1.3. International Standards of Referencing (APA Style, Harvard Style).</p>		8		12		<p>1) Написание и публикация статей/тезисов докладов</p> <p>2) Доклады, устные выступления,</p>	<p>Групповой опрос, контрольная работа</p>
---	--	--	---	--	----	--	---	--

	<p>4.1.4. Avoiding plagiarism in terms of world best practices and international/foreign legislation.</p> <p>сопоставление (выравнивание) материала из иноязычных источников и источников на родном языке.</p>							
	<p>Всего часов:</p>		<p>32 (+0,2ФКР)</p>		<p>40</p>			

Рейтинг-план дисциплины

Курс 1, семестр 2

Виды учебной деятельности обучающихся	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	1	10	0	10
2. Тестовый контроль	1	9	0	9
Рубежный контроль				
1. Письменная контрольная работа			0	15
Модуль 2				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	1	10	0	10
2. Тестовый контроль	1	9	0	9
Рубежный контроль				
1. Письменная контрольная работа			0	15
Модуль 3				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	1	9	0	9
2. Тестовый контроль	1	8	0	8
Рубежный контроль				
1. Письменная контрольная работа			0	15
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Поощрительные баллы				
1. Студенческая олимпиада/конкурсы	7			7
2. Публикация статей	3			3

