

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол от «21» июня 2017г. № 11

Согласовано:  
Председатель УМК института

Зав.кафедрой



С.В.Губик



/Н.Г. Вишневская

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Иностранный язык в профессиональной сфере

Базовая часть

**программа магистратуры**

Направление подготовки  
38.04.02 Менеджмент

Направленность программы:  
«Маркетинговое управление»

Квалификация  
магистр

Разработчик (составитель):  
Доцент, к.фил.н.



Шакирова Н.Р.

Для приема: 2017 г.

Уфа 2017 г.

Составитель / составители: доц., к.ф.н. Шакирова Н.Р.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры иностранных языков для профессиональной коммуникации протокол от «21» июня 2017 г. № 11

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины: обновлен список рекомендованной литературы, вопросы к зачету, тексты для зачета, задания для контрольной работы, тестовые задания, профессиональные базы данных и информационные системы, утверждены на заседании кафедры иностраных языков для профессиональной коммуникации протокол № 11 от «21» июня 2018 г.

Заведующий кафедрой



/ Губик С.В.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

## 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.....	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).....	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине.....	13
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.....	13
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.....	16
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	28
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	28
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины.....	29
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	29

# 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	1. Знать: различные технологии извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления; новые информационные технологии и системы.	<b>ОК-3</b> готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	
	2. Знать: особенности делового и научного общения на иностранном языке для решения профессиональных задач в сфере маркетингового управления.	<b>ОПК-1</b> готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	
Умения	1. Уметь: применять методiku извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления.	<b>ОК-3</b> готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	
	2. Уметь: определять виды коммуникативных ситуаций в деловом и научном общении; составлять научные и деловые документы; вести диалог и полилог проблемного характера в сфере маркетингового управления.	<b>ОПК-1</b> готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	
Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: навыками использования различных технологий извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления.	<b>ОК-3</b> готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	
	2. Владеть: навыками устноречевого и письменноречевого дискурсов в научном и деловом аспектах, межкультурной коммуникации на иностранном языке в сфере маркетингового управления.	<b>ОПК-1</b> готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» относится к базовой части.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 и 2 семестрах.

Целью изучения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» является формирование знаний, навыков и умений, необходимых для общения на иностранном языке в процессе профессиональной деятельности в сфере маркетингового управления.

Для успешного освоения курса «Иностранный язык в профессиональной сфере» необходимы компетенции, сформированные в результате освоения такой дисциплины учебного плана, как «Научно-исследовательская работа».

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» является предшествующей и наиболее значимой для дисциплины «Иностранный язык для менеджеров».

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

### СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Иностранный язык в профессиональной сфере  
на 1 семестр  
очной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2/72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
Лекций	
практических/ семинарских	48
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)	23.8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) контроля: Зачет 1 семестр

п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	<b>Модуль 1 Marketing Terminology. The Nature and Definitions of The Marketing.</b>							
1	Текст The Nature and Definitions of Marketing. Лексическая тема: Marketing Terminology.		4		2	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 1-2	Проверка выполнения практических заданий, вопросы
2	Лексическая тема: Marketing. Basic Concepts of Marketing. Грамматическая тема: обзор видо-временных форм.		4		2	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 1-2	Проверка выполнения практических заданий, вопросы
3	Лексическая тема: Marketing Philosophies and Orientation. Грамматическая тема: обзор видо-временных форм, сослагательное наклонение. Устная речь: диалог, обсуждение темы Mix and the Marketing Environment.		4		2	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 1-2	Проверка выполнения практических заданий
4	Разбор кейса: Marketing Information and Marketing Research. Письмо: как правильно писать резюме.		4		2	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 1-	Проверка выполнения практических заданий, тест

							2	
5	Текст Marketing Planning and Marketing Strategies. Лексические темы: новые маркетинговые стратегии, применение новых маркетинговых стратегий в бизнесе.		4		2	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 1-2	Проверка выполнения практических заданий,
6	Грамматические темы: степени сравнения прилагательных, сравн. конструкции. Устная речь: диалог, общение по телефону. Письмо: как правильно писать служебные записки.		4		2	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 1-2	Проверка выполнения практических заданий, тест
	<b>Модуль 2 Product. New Product Development and Branding.</b>							
7	Текст New Product Development and Branding. Формирование навыков извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам маркетингового управления.		4		2	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 1-2	Проверка выполнения практических заданий, вопросы
8	Лексические темы: словообразование, словосочетания по теме. Грамматические темы: конструкции в страдательном залоге be + past participle, have something done.		4		2	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 1-2	Проверка выполнения практических заданий, вопросы
9	Устная речь: подготовка и создание презентаций, факторы, способствующие		4		2	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной	Проверка выполнения практических заданий

	успешному проведению презентаций. Письмо: правила написания инструкций по брендингу товаров. Разбор кейса: Promotional Tools.						работы к модулю 1-2	
10	Управление проектами и работа в команде. Текст Personal Selling and Sales Management. Обсуждение тем: управление проектами, работа в команде. Лексические темы: экономические термины, используемые в сфере маркетинга. Грамматические темы: разделительные вопросы и вопросы в отрицательной форме, использование данных типов вопросов для убеждения собеседника.		4		2	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 1-2	Проверка выполнения практических заданий, вопросы, тест
11	Устная речь: обучение навыкам ведения диалога с клиентами, использование специальных методик убеждения в ситуациях, когда клиент выражает недовольство. Письмо: правила написания рекламных и коммерческих писем. Разбор кейса: Price. Distribution.		4		2	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 1-2	Проверка выполнения практических заданий, вопросы, тест
12	Использование различных технологий чтения при работе с тематическими		4		1,8	О: 1,2 Д: 4,5	Вопросы и задания для самостоятельной	Проверка выполнения практических заданий, вопросы, контрольная



	<p>словарями, а также со справочной учебной литературой. Использование материалов средств массовой информации для ознакомления аудитории с маркетингом услуг, международным маркетингом (Service Marketing. International Marketing. Marketing in Russia. Marketing: The Russian Version).</p>						<p>работы к модулю 1-2</p>	<p>работа</p>
	<b>Всего часов:</b>		48		23,8			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины Иностранный язык в профессиональной сфере  
на 2 семестр  
очной формы обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	1/36
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
Лекций	
практических/ семинарских	24
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)	11.8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) 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)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПП/С ЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	<b>Модуль 3. Examining Differences in Culture and Market Orientation among Western European Multinationals, and Domestic Firms Operating in Russia.</b>							
1	Текст Differences in Culture and Market Orientation among Western European Multinationals, and Domestic Firms Operating in Russia. Текст "Going viral". Обсуждение проблемы увеличения продаж благодаря использованию вирусной рекламы. Лексические темы: экономические термины, используемые в сфере маркетинга.		4		2	О:1,3 Д: 6,7	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 3-4	Проверка выполнения практических заданий, реферирование,
2	Грамматические темы: разделительные вопросы и вопросы в отрицательной форме, использование данных типов вопросов для убеждения собеседника. Устная речь: Consumer Behavior in Russia. Challenges for Western-Style Planning. Обучение навыкам ведения диалога с клиентами, использование специальных		4		2	О:1,3 Д: 6,7	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 3-4	Проверка выполнения практических заданий, реферирование

	методик убеждения в ситуациях, когда клиент выражает недовольство.							
3	Письмо: правила написания рекламных и коммерческих писем. Лексические темы: Brand Era in Russia. Direct Mail Marketing in Russia. Fast Moving Consumer Goods and Retail.		4		2	О:1,3 Д: 6,7	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 3-4	Проверка выполнения практических заданий, реферирование, тест
	<b>Модуль 4. My research</b>							
4	My field of investigation. Methods, Results, Publications, Purpose of my research.		4		2	О:1,3 Д: 6,7	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 3-4	Проверка выполнения практических заданий, реферирование,
5	Говорение: умение рассказать о своей научной работе, обсудить тему диссертации, проблемы, которые предстоит решить.		4		2	О:1,3 Д: 6,7	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 3-4	Проверка выполнения практических заданий, реферирование, тест
6	Умение формулировать и перефразировать мысли, использовать словосочетания в контексте и при создании собственных предложений.		4		1,8	О:1,3 Д: 6,7	Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 3-4	Проверка выполнения практических заданий, реферирование, контрольная работа
	<b>Всего часов:</b>		24		11,8			

#### 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

###### Критерии оценивания результатов обучения при форме контроля «зачет»

**ОК-3** готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: различные технологии извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления; новые информационные технологии и системы.	Отсутствие или фрагментарные представления о различных технологиях извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления; новых информационных технологиях и системах.	Сформированные представления о различных технологиях извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления; новых информационных технологиях и системах.
Второй этап (уровень)	Уметь: применять методику извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере	Отсутствие или фрагментарные умения применять методику извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления.	В целом успешное использование умения применять методику извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления.

	маркетингового управления.		
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками использования различных технологий извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления.	Отсутствие или фрагментарное владение навыками использования различных технологий извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления.	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков использования различных технологий извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления.

**ОПК-1** готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: особенности делового и научного общения на иностранном языке для решения профессиональных задач в сфере маркетингового управления.	Отсутствие или фрагментарные представления об особенностях делового и научного общения на иностранном языке для решения профессиональных задач в сфере маркетингового управления.	Сформированные представления об особенностях делового и научного общения на иностранном языке для решения профессиональных задач в сфере маркетингового управления.

Второй этап (уровень)	Уметь: определять виды коммуникативных ситуаций в деловом и научном общении; составлять научные и деловые документы; вести диалог и полилог проблемного характера.	Отсутствие или фрагментарные умения правильно определять виды коммуникативных ситуаций в деловом и научном общении; составлять научные и деловые документы; вести диалог и полилог проблемного характера.	В целом успешное использование умения правильно определять виды коммуникативных ситуаций в деловом и научном общении; составлять научные и деловые документы; вести диалог и полилог проблемного характера.
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками устноречевого и письменноречевого дискурсов в научном и деловом аспектах, межкультурной коммуникации на иностранном языке в сфере маркетингового управления.	Отсутствие или фрагментарное владение навыками устноречевого и письменноречевого дискурсов в научном и деловом аспектах, межкультурной коммуникации на иностранном языке в сфере маркетингового управления.	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков устноречевого и письменноречевого дискурсов в научном и деловом аспектах, межкультурной коммуникации на иностранном языке в сфере маркетингового управления.

Контроль изучения раздела (модуля) дисциплины осуществляется поурочно (текущий контроль), по завершении изучения отдельного модуля (рубежный контроль) и по завершении этапа/курса обучения иностранному языку (итоговый контроль). В ходе текущего и рубежного контроля в качестве одного из вариантов выступает тестирование.

Текущий контроль проводится на каждом занятии в устной, письменной форме в форме обсуждения и проверки индивидуальных заданий или в форме тестов. Периодический – после изучения модуля выполняются тесты, по завершении семестра проводится письменная контрольная работа по пройденному материалу/теме. Итоговый контроль по завершении каждого семестра осуществляется в форме зачета, включающего проверку качества сформированности умений.

На оценку степени сформированности каждой компетенции при рубежном контроле отводится не менее 10 вопросов теста или 3 задания письменной работы. Число правильных ответов теста от 45 до 59% соответствует начальному (пороговому) уровню овладения компетенцией, от 60 до 80 % - базовому уровню, от 81 до 100 % - повышенному (продвинутому) уровню сформированности компетенции. Правильный ответ на один вопрос письменной работы соответствует начальному (пороговому) уровню овладения компетенцией, на два – базовому уровню, на три – повышенному (продвинутому) уровню сформированности компетенции.

**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**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочное средство
1-й этап Знания	1. Знать: особенности делового и научного общения на иностранном языке для решения профессиональных задач в сфере маркетингового управления.	<b>ОПК-1</b>	контрольные вопросы к зачету; тесты
	2. Знать: различные технологии извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления.	<b>ОК-3</b>	контрольные вопросы к зачету; тесты
	3. Знать: новые информационные технологии и системы.	<b>ОК-3</b>	контрольные вопросы к зачету; тесты
2-й этап Умения	1. Уметь: определять виды коммуникативных ситуаций в деловом и научном общении.	<b>ОПК-1</b>	практическое задание; контрольная работа
	2. Уметь: применять методику извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления.	<b>ОК-3</b>	практическое задание; контрольная работа
	3. Уметь: составлять научные и деловые документы; вести диалог и полилог проблемного характера.	<b>ОПК-1</b>	практическое задание; контрольная работа
3-й этап Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: навыками использования различных технологий извлечения информации при работе с научными и профессиональными источниками в сфере маркетингового управления.	<b>ОК-3</b>	устное реферирование
	2. Владеть: навыками межкультурной коммуникации на иностранном языке в сфере маркетингового управления.	<b>ОПК-1</b>	устное реферирование

**Содержание зачета**

Ознакомительное чтение оригинального текста экономической направленности без использования словаря. Объем текста 1500 печатных знаков, время чтения 30 минут. Понимание прочитанного проверяется в форме устного реферирования на английском языке и ответов на вопросы преподавателя, которые могут касаться как конкретного содержания текста, так и интерпретации и оценки его.

Беседа на английском языке в пределах пройденных тем следующей направленности:

Избранная специальность: содержание предмета; история развития данной области науки; выдающиеся ученые соответствующей области науки (их открытия и значение); новейшие достижения в избранной области; актуальные аспекты данной области науки; тема, цель и задачи магистерской диссертации; научные публикации по теме диссертации.



Перед проведением итогового контроля преподаватель вычисляет среднее значение процента правильных ответов на вопросы рубежных тестов, соответствующих проверке сформированности каждой компетенции в ходе учебного семестра.

## **Оценочные средства для зачета**

### **Пример текста**

Marketing strategy has the fundamental goal of increasing sales and achieving a sustainable competitive advantage. Marketing strategy includes all basic, short-term, and long-term activities in the field of marketing that deal with the analysis of the strategic initial situation of a company and the formulation, evaluation and selection of market-oriented strategies and therefore contribute to the goals of the company and its marketing objectives.

Marketing management versus marketing strategy.

The distinction between "strategic" and "managerial" marketing is commonly used to distinguish "two phases having different goals and based on different conceptual tools. Strategic marketing concerns the choice of policies aiming at improving the competitive position of the firm, taking account of challenges and opportunities proposed by the competitive environment. On the other hand, managerial marketing is focused on the implementation of specific targets."

Developing a marketing strategy

Strategic planning typically begins with a scan of the business environment, both internal and external, which includes understanding strategic constraints. It is generally necessary to try to grasp many aspects of the external environment, including technological, economic, cultural, political and legal aspects. Goals are chosen. Then, a marketing strategy or marketing plan is an explanation of what specific actions will be taken over time to achieve the objectives. Plans can be extended to cover many years, with sub-plans for each year, although as the speed of change in the merchandising environment quickens, time horizons are becoming shorter. Ideally, strategies are both dynamic and interactive, partially planned and partially unplanned, to enable a firm to react to unforeseen developments while trying to keep focused on a specific pathway; generally, a longer time frame is preferred. There are simulations such as customer lifetime value models which can help marketers conduct "what-if" analyses to forecast what might happen based on possible actions, and gauge how specific actions might affect such variables as the revenue-per-customer and the churn rate. Strategies often specify how to adjust the marketing mix; firms can use tools such as Marketing Mix Modeling to help them decide how to allocate scarce resources for different media, as well as how to allocate funds across a portfolio of brands. In addition, firms can conduct analyses of performance, customer analysis, competitor analysis, and target market analysis. A key aspect of marketing strategy is often to keep marketing consistent with a company's overarching mission statement.

Marketing strategy should not be confused with a marketing objective or mission. For example, a goal may be to become the market leader, perhaps in a specific niche; a mission may be something along the lines of "to serve customers with honor and dignity"; in contrast, a marketing strategy describes how a firm will achieve the stated goal in a way which is consistent with the mission, perhaps by detailed plans for how it might build a referral network, for example. Strategy varies by type of market. A well-established firm in a mature market will likely have a different strategy than a start-up. Plans usually involve monitoring, to assess progress, and prepare for contingencies if problems arise. You should also write a marketing strategy when starting your own business.

### **Контрольные вопросы**

1. What is the scope of marketing management?
2. What does marketing management study?
3. What is the nature and definitions of marketing management?
4. What can you say about basic concepts of marketing.
5. Speak on marketing terminology.
6. Marketing philosophies and orientation.
7. What is a marketing strategy?
8. What does a marketing strategy include?
9. What is the difference between tactical and strategic marketing?
10. What do the marketing plans begin with?
11. What is the basic marketing instrument in this text?
12. The Marketing Mix and the Marketing Environment.
13. Marketing Information and Marketing Research.
14. Marketing Planning and Marketing Strategies.
15. Product. New Product Development and Branding.
16. Promotional Tools.
17. Personal Selling and Sales Management.
18. Price. Distribution. Service Marketing.
19. International Marketing.
20. Marketing in Russia.

### **Критерии оценки ответов на контрольные вопросы зачета**

«Зачтено» выставляется, если магистрант:

- осознает цель чтения конкретного текста и выбирает стратегию чтения, соответствующую этой цели; варьирует темп чтения; распределяет внимание между содержанием и формой текста (в частности, его языковым материалом); безошибочно распознает в тексте ранее встречавшиеся языковые единицы, мысли, ситуации, описания, научные данные; самостоятельно семантизирует незнакомые слова при наличии соответствующих опор; осуществляет смысловой анализ текста, выделяет в нем главное, новое, достоверное, полезное;

перерабатывает извлеченную из текста информацию с целью ее использования в дальнейшей деятельности.

- дает полный, развернутый, обоснованный ответ на контрольные вопросы, в соответствии с лексико-грамматическими нормами изучаемого языка и нормами профессионального и делового общения, с использованием изученного материала, терминологии; устные (письменные) высказывания на иностранном языке правильно оформлены; применены соответствующие грамматические структуры и речевые клише; магистрант хорошо разбирается в разделах дисциплины; демонстрирует хорошие знания учебной литературы; либо

- дает в целом верный ответ на контрольные вопросы, однако присутствуют частичные нарушения лексико-грамматических норм изучаемого языка и норм речевого поведения в рамках профессионального и делового общения; использован изученный материал, терминология, устные (письменные) высказывания на иностранном языке оформлены, использован ограниченный набор грамматических структур и речевые клише; магистрант удовлетворительно разбирается в разделах дисциплины; демонстрирует удовлетворительное знание учебной литературы.

«Не зачтено» выставляется, если магистрант:

- не обладает навыками и умениями осознать цель чтения конкретного текста и выбрать

стратегию чтения, соответствующую этой цели; варьировать темп чтения; распределять внимание между содержанием и формой текста (в частности, его языковым материалом); распознавать в тексте ранее встречавшиеся языковые единицы, мысли, ситуации, описания, научные данные; самостоятельно семантизировать незнакомые слова при наличии соответствующих опор; осуществлять смысловой анализ текста, выделять в нем главное, новое, достоверное, полезное; перерабатывать извлеченную из текста информацию с целью ее использования в дальнейшей деятельности;

- дает в целом неверный ответ на контрольные вопросы, противоречащий лексико-грамматическим нормам изучаемого языка и нормам речевого поведения в рамках профессионального и делового общения;

при отсутствии знаний по разделам и темам дисциплинам, при отсутствии знаний учебной литературы по дисциплине.

Компетенции	Результаты	Индикаторы
ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.	Среднее значение процента правильных ответов на вопросы рубежного теста	от 45 до 59% - начальный (пороговый) уровень овладения компетенцией; от 60 до 80 % - базовый уровень; от 81 до 100 % - повышенный (продвинутый) уровень сформированности компетенции.
	Оценка за ответ на вопрос 1 итогового контроля (в форме зачета)	от 45 до 59% - начальный (пороговый) уровень овладения компетенцией; от 60 до 80 % - базовый уровень; от 81 до 100 % - повышенный (продвинутый) уровень сформированности компетенции.
ОПК-1 - готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.	Среднее значение процента правильных ответов на вопросы рубежного теста	от 45 до 59% - начальный (пороговый) уровень овладения компетенцией; от 60 до 80 % - базовый уровень; от 81 до 100 % - повышенный (продвинутый) уровень сформированности компетенции.
	Оценка за ответ на вопрос 2 итогового контроля (в форме зачета)	от 45 до 59% - начальный (пороговый) уровень овладения компетенцией; от 60 до 80 % - базовый уровень; от 81 до 100 % - повышенный (продвинутый) уровень сформированности компетенции.

Окончательная оценка вклада дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» в формирование каждой компетенции проводится на основании суммы среднего процента правильных ответов, вычисленного для каждой компетенции на основании результатов рубежных тестов, и суммы среднего процента правильных ответов на соответствующие вопросы в процессе сдачи зачета.

Тематика контрольных работ:  
My field of investigation.

**Пример варианта контрольной работы:**

1. Подобрать статью на иностранном языке из научных журналов, периодических изданий или интернет-ресурсов, рассматривающую выбранную вами проблематику исследования в соответствии с программой подготовки. Объем – 5000 печ. знаков (2 страницы). Статью необходимо распечатать в формате PDF и прикрепить к контрольной работе, указав выходные данные (автор, источник, издательство, дата публикации и т.п.)

2. Подготовить письменный перевод статьи на русский язык, обращая особое внимание на лексическую, грамматическую и стилистическую правильность перевода.

3. Составить аннотацию статьи на русском и иностранном языках. Объем каждой аннотации – 100-150 слов.

4. Составить глоссарий по статье, включающий наиболее употребительные и значимые для данной проблематики термины и фразы (не менее 30 слов и выражений). Выучить содержание глоссария наизусть.

Пример глоссария:

1	equity finance	собственные средства, финансирование путем выпуска новых акций, долевое финансирование
2	accounts payable	кредиторская задолженность
3	in terms of	с точки зрения
4	to enhance	увеличивать; усиливать; углубить; улучшать

5. Составить на иностранном языке пять вопросов по содержанию статьи. Сформулировать собственные ответы на эти вопросы, используя лексические и грамматические способы трансформации текста.

### Критерии оценки выполнения письменных контрольных работ

Критерии оценивания	Оценка
Работа выполнена в полном объеме без ошибок и недочетов или имеет не более одного недочета. На все вопросы даны содержательные ответы. Использован широкий диапазон соответствующей грамматики и активного словаря, допускаются некоторые незначительные ошибки. Ответ хорошо структурирован с соответствующими связующими фразами и абзацами.	90-100%
Работа выполнена полностью, но в ней имеется не более 2-3 негрубых ошибок или недочетов. На все вопросы даны правильные ответы, но имеются небольшие недочеты. Ответы оформлены не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию. Использован определенный диапазон соответствующей грамматики и активного словаря, используемых с несколькими серьезными ошибками. В основном ответы хорошо структурированы с соответствующими связующими фразами.	70-80%
Правильно выполнено не менее половины работы. На все вопросы даны удовлетворительные ответы, но имеются определенные недочеты. Использован ограниченный диапазон грамматики и активного словаря, используемого с некоторыми ошибками, но это не мешает пониманию.	50-60%

Ответы недостаточно аргументированы и структурированы с использованием ограниченного количества связующих элементов.	
На все вопросы даны ответы, но имеются существенные ошибки в использовании грамматики и активного словаря, но это не мешает пониманию. Ответы структурированы недостаточно четко. Используется ограниченный диапазон грамматики и словаря с частыми ошибками.	30-40%
Правильно выполнено не более 20 % всех заданий. Правильные ответы даны не на все вопросы, причем имеются грубые ошибки в грамматическом и лексическом оформлении высказываний. Ответы плохо структурированы.	20-30%
Правильно выполнено не более 10 % всех заданий. Даны ответы на отдельные вопросы. Допущены значительные ошибки в грамматике и лексике. Текст ответа не структурирован.	10%
Ответы неверные или отсутствуют.	0

Правильно выполненные два задания письменной работы соответствует начальному (пороговому) уровню овладения компетенцией, три – базовому уровню, пять – повышенному (продвинутому) уровню сформированности компетенции.

### Тестовые задания

Пример заданий для тестового контроля уровня усвоения учебного материала

Тест для рубежного контроля

#### Test

1. Which best describes 'market price'?
  - (a) When customers buy products
  - (b) The amount customers pay for items when supply equals demand
  - (c) The place where buyers and sellers trade products
  - (d) An amount of money spent
  
2. What is the most likely cause of an increase in demand?
  - (a) Lower costs
  - (b) Higher incomes
  - (c) Price changes
  - (d) Policy of the Government
  
3. What is the most likely cause of an increase in supply?
  - (a) Lower costs
  - (b) Higher incomes
  - (c) Price changes
  - (d) New type of products

4. What does an interest rate cut usually mean?
- (a) Higher costs
  - (b) Higher sales
  - (c) Higher taxes
  - (d) Lower sales
5. Which of the following is a tax on company profits?
- (a) Income tax
  - (b) Corporation tax
  - (c) VAT
  - (d) Sales tax
6. What does a fall in the value of the pound mean?
- (a) Lower prices
  - (b) Lower import prices
  - (c) Lower export prices
  - (d) Higher prices
7. What is a recession?
- (a) A fall in the value of the pound
  - (b) A fall in inflation
  - (c) A fall in the level of economic activity
  - (d) A fall in technical development
8. A jumper is made in the UK and sold in the USA. To the American economy, what is this an example of?
- (a) An import
  - (b) An export
  - (c) A tariff
  - (d) A tax
9. Which of the following is a tax on imports?
- (a) VAT
  - (b) A tariff
  - (c) Corporation tax
  - (d) Sales tax
10. What happens to the value of the pound when the exchange rate goes up?
- (a) It appreciates
  - (b) It depreciates
  - (c) It stays the same
  - (d) Banks stop working

I. Answer the following questions using the terms from the glossary.

1. What is a marketing strategy?
2. What does a marketing strategy include?
3. What is the difference between tactical and strategic marketing?
4. What do the marketing plans begin with?
5. What is the basic marketing instrument?

1	increasing sales	увеличение продаж
2	strategic marketing	стратегический маркетинг
3	policies aiming	направления политики
4	competitive position	конкурентная позиция
5	market	рынок
6	business environment	бизнес среда
7	start-up	открытие дела
8	management	управление
9	strategic constraints	стратегические ограничения
10	marketing plan	маркетинговый план
11	sub-plans	подплан
12	merchandising	мерчендайзинг
13	specific targets	конкретные задачи
14	mission	миссия
15	monitoring	наблюдение
16	contingencies	непредвиденные обстоятельства
17	extended	продлены
18	customer lifetime value	модель стоимости жизни клиентов
19	to forecast	прогнозировать
20	gauge	делает измерение
21	revenue-per-customer	доход для клиента
22	marketing mix	маркетинг микс
23	costumer	клиент
24	well-established	устоявшийся
25	allocate	выделять
26	concerns	касается
27	quikens	ускоряет
28	to react	реагировать

29	target market	целевой рынок
30	analysis costumer	анализ клиента

**II. Look at the words in italic in each of the following sentences and choose the correct one.**

1. We're setting all the prices for next year *except/accept* the new range which won't be ready for another three months.
2. Can you *remember /remind* him to bring the comparative costs.
3. After the confusion over the bank transaction, they have agreed to *waive /wave* charges.
4. These two companies have been in *collision/ collusion* with each other on the price fixing issue.
5. We should use an *alternative/ alternate* pricing structure to the one we use now.

**III. Choose the proper variant.**

1. Look, Nick, could you ... me ten dollars for a couple of days?
  - 1) lend
  - 2) borrow
  - 3) owe
  - 4) give
2. We don't exchange goods unless you have the ...
  - 1) bill
  - 2) cheque
  - 3) check
  - 4) receipt
3. Market ... gives you information about what people want, need and buy.
  - 1) share
  - 2) target
  - 3) research
  - 4) figures
4. I am going to the bank to ... the money for the rent.
  - 1) withdraw
  - 2) remove
  - 3) get out
  - 4) take off
5. The % of a market that company has is called...
  - 1) market share
  - 2) market part
  - 3) market interest
  - 4) market value

Описание методики оценивания при тестовом контроле:

На оценку степени сформированности знаниевой компоненты компетенции при рубежном контроле отводится не менее 10 вопросов теста. Число правильных ответов теста от 45 до 59% соответствует начальному (пороговому) уровню овладения компетенцией, от 60 до 80 % - базовому уровню, от 81 до 100 % - повышенному (продвинутому) уровню сформированности компетенции.

### Примеры практических заданий

1. Чтение и перевод текста на иностранном языке по теме модуля (объем 2000 знаков).

On November thirtieth, the European Central Bank took action to support the worldwide financial system. Central banks in Britain, Canada, Japan, Switzerland and the United States also acted. The banks made it less costly for other countries to borrow American dollars. The United States Federal Reserve said the joint effort was meant to help central banks in Europe provide financial support to nations that need it. The action sent American stock prices up more than three percent. On December first, European Central Bank President Mario Draghi suggested that the ECB may provide new financial support for European countries struggling with debt. But first, he said, euro area countries must establish trust by enacting big financial reforms. He said: "A credible signal is needed to give ultimate assurance over the short term. What I believe our economic and monetary



union needs is a new fiscal compact, a fundamental restatement of the fiscal rules together with the mutual fiscal commitments that euro area governments have made. Seventeen members of the European Union share the euro currency. Concern over its future has been building in recent years. The Greek debt crisis, rescue loans for Ireland and Portugal and worries over Italy's debt have all increased fears that Europe may have to abandon the euro. The euro is the world's second most traded and second most used reserve currency after the dollar. European finance ministers failed to agree in November on a plan to provide economic support for debt-troubled countries. Financial officials say a lack of economic and financial cooperation is at the heart of the two-year-old debt crisis. Dutch Finance Minister Jan Kees de Jager said there is a strong need for tougher rules: "Lack of economic reforms and lack of fiscal discipline has brought us into this crisis. So you also have to address these fundamental issues." That means euro nations may have to surrender some power over their budgets to the European Union.

### Критерии оценки выполнения чтения и перевода текста:

Критерии	оценка
<p><i>При чтении</i> речь воспринимается легко: необоснованные паузы отсутствуют; фразовое ударение и интонационные контуры, произношение слов практически без нарушений нормы; допускается не более 2-х фонетических ошибок.</p> <p><i>Перевод</i> полный. Отсутствие смысловых и терминологических искажений. Творческий подход и абсолютная точность передачи содержания и характерных особенностей стиля переводимого текста.</p>	90-100%
<p><i>При чтении</i> речь воспринимается достаточно легко, однако присутствуют необоснованные паузы; фразовое ударение и интонационные контуры практически без нарушений нормы; допускается от 3 до 5 фонетических ошибок, в том числе 1-2 ошибки, искажающие смысл.</p> <p><i>Перевод</i> полный. Соблюдается точность передачи содержания. Отсутствуют смысловые искажения. Допускаются некоторые терминологические неточности и незначительные нарушения характерных особенностей переводимого текста.</p>	70-80%
<p><i>При чтении</i> речь воспринимается достаточно легко, однако присутствуют необоснованные паузы; есть ошибки в фразовых ударениях и интонационных контурах; допускается от 5 до 7 фонетических ошибок, в том числе 3 ошибки, искажающие смысл</p> <p><i>Перевод</i> не совсем полный. Отсутствуют смысловые искажения. Допускаются незначительные терминологические искажения. Имеют место неточности в передаче содержания текста.</p>	50-60%
<p><i>При чтении</i> речь не воспринимается из-за необоснованных пауз; неправильных фразовых ударений и искаженных интонационных контуров, допущено 8 и более фонетических ошибок.</p> <p><i>Перевод</i> неполный. Допускаются грубые терминологические искажения. Нарушается правильность передачи содержания переводимого текста.</p>	20-40%
<p>Отказ от чтения. Отказ от перевода текста.</p> <p>Понимание отдельных предложений, не несущих основную информацию. Ответ не по существу. Отказ от пересказа.</p>	10%
	0%

При оценке степени сформированности компетенции используются следующие критерии:

от 45 до 59% - начальный (пороговый) уровень овладения компетенцией;  
от 60 до 80 % - базовый уровень;  
от 81 до 100 % - повышенный (продвинутый) уровень сформированности компетенции.

2. Пересказ (реферирование) текста на иностранном языке по теме модуля (объем 3000 знаков).

The best example of something is often called the “gold standard.” It sets the standard against which other things are measured. In economics, the term describes how major trading nations once used gold to set currency values and exchange rates. Many nations continued to use the gold standard until the last century. In the United States, people could exchange paper money for gold from the eighteen seventies until nineteen thirty-three. President Richard Nixon finally disconnected the dollar from the value of gold in nineteen seventy-one. Some politicians from time to time call for a return to the gold standard. But in nineteen seventy-eight the International Monetary Fund ended an official gold price. The IMF also ended the required use of gold in transactions with its member countries. Since that time, gold prices have grown, but unevenly. Prices – uncorrected for inflation – have hit record highs recently above fourteen hundred dollars an ounce. But people keep buying. Neang Chan Nuon is a gold shop owner in the Cambodian capital, Phnom Penh, and says: “Some of my customers have even bought more as they believe the price will probably go higher. I sell more gold at these higher prices.” Some people are “gold bugs.” These are investors who say people should buy gold to protect against inflation. People have valued gold for thousands of years. The soft, dense metal polishes to a bright yellow shine and resists most chemical reactions. It makes a good material for money, political power – and, more recently, electrical power.

If you own a device like a mobile phone or a computer, you might own a little gold in the wiring. The gold standard was the subject of one of the best-known speeches in American political history. It took place at the eighteen ninety-six Democratic National Convention in Chicago. William Jennings Bryan wanted the country to use both gold and silver as money. The idea was to devalue the dollar and make it easier for farmers to pay their debts. Bryan said: “You shall not press down upon the brow of labor this crown of thorns. You shall not crucify mankind upon a cross of gold.” The speech made William Jennings Bryan famous. He was a presidential candidate three times. But he never won.

**Критерии оценки выполнения пересказа (реферирования) текста:**

<b>Критерии</b>	<b>оценка</b>
<i>При пересказе (реферировании)</i> извлечение из текста основной информации со степенью 100% полноты и точности понимания. Отсутствие избыточной информации. Высказывание своего отношения к проблеме, обозначенной в предложенном тексте. Содержание высказывания соответствует теме, отличается спонтанностью и аргументированностью. Речь правильная, отсутствуют ошибки языкового характера.	90-100%
<i>При пересказе (реферировании)</i> извлечение из текста основной информации со степенью полноты понимания в пределах 70–75%. Отсутствие второстепенной информации. Несоблюдение логической/хронологической связи фактов и событий при изложении содержания текста. Допускается избыточность информации. Речевая активность студента достаточно высокая, допускаются языковые ошибки.	70-80%
<i>При пересказе (реферировании)</i> извлечение из текста основной	50-60%

информации со степенью полноты понимания в пределах 60–70%. Основная информация отделена от второстепенной. Имеет место неумение сгруппировать информацию по определенным признакам. Речевая активность студента невысокая. Ответы на вопросы преподавателя осознанные. Допускаются лексические и грамматические ошибки.	
<i>При пересказе (реферировании)</i> полнота понимания текста в пределах 50%. Неумение провести селективный отбор информации, переработать и логично изложить ее. При передаче содержания текста допускается второстепенная и избыточная информация. Имеет место не совсем точное понимание текста, отдельные факты искажены. Речевая активность студента невысокая. Имеет место непонимание некоторых вопросов преподавателя. Допускается значительное количество грамматических, лексических и фонетических ошибок.	20-40%
Понимание отдельных предложений, не несущих основную информацию. Ответ не по существу. Отказ от пересказа.	10%
	0%

При оценке степени сформированности компетенции используются следующие критерии:

от 45 до 59% - начальный (пороговый) уровень овладения компетенцией;

от 60 до 80 % - базовый уровень;

от 81 до 100 % - повышенный (продвинутый) уровень сформированности компетенции.

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы**

Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 1, 2:

1. Составление глоссария по теме «Новые информационные технологии в бизнесе, информационные системы и коммуникация».
2. Заучивание лексических единиц в рамках изучаемых тем
3. Овладение правилами словообразования и грамматики по темам: видо-грамматические формы, степени сравнения прилагательных, словообразование, словосочетания, конструкции в страдательном залоге, разделительные вопросы и вопросы в отрицательной форме.
4. Построение вопросов и ответов к текстам, изучаемым в рамках модулей 1, 2.
5. Перевод специальных текстов на английском языке на русский язык (устный и письменный).
6. Составление резюме, служебных записок, инструкций.
7. Написания рекламных и коммерческих писем.
8. Написание рекламного текста.
9. Создание презентации на изучаемые темы.
10. Разработка контента для веб-сайта.
11. Подготовка интервью.
12. Выполнение упражнений, предназначенных для развития навыков аудирования.
13. Выполнение упражнений, предназначенных для развития навыков чтения.
14. Выполнение упражнений, предназначенных для развития навыков письма.
15. Выполнение упражнений, предназначенных для развития навыков разговорной речи.

Вопросы и задания для самостоятельной работы к модулю 3, 4:

1. Подготовка реферата на английском языке по теме научного исследования.
2. Составление глоссария по теме “My Research”.
3. Подготовка и написание научной статьи на иностранном языке.
4. Заучивание лексических единиц.
5. Овладение правилами словообразования и грамматики в рамках изучаемых тем (разделительные вопросы и вопросы в отрицательной форме).
6. Построение вопросов и ответов к текстам, изучаемым в рамках модулей 3, 4.
7. Перевод на русский язык английских научных текстов (устный и письменный).
8. Составление личного и официального (делового) письма.
9. Описание события.
10. Написание рекламного текста.
11. Написание рекламных и коммерческих писем.
12. Выполнение упражнений, предназначенных для развития навыков аудирования.
13. Выполнение упражнений, предназначенных для развития навыков чтения.
14. Выполнение упражнений, предназначенных для развития навыков письма.
15. Выполнение упражнений, предназначенных для развития навыков разговорной речи.

**Критерии оценивания:**

Критерии оценивания	Оценка
Задание выполнено: цель выполнения задания успешно достигнута; работа выполнена в полном объёме.	зачтено
Задание не выполнено, цель выполнения задания не достигнута.	не зачтено

**5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

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

**Основная литература:**

1. Прозоровский С. А. English for Marketing Managers = Английский язык для маркетологов: учебное пособие. - Санкт-Петербург: Антология, 2011. – 288 с.  
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=213302](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=213302)
2. Шакирова Н.Р., Шарипова В.А. Иностранный язык в профессиональной сфере (English for Specific Purposes): практикум для магистрантов экономических специальностей: РИЦ БашГУ. – Уфа, 2016. – 122 с.  
[https://elib.bashedu.ru/dl/corp/Shakirova\\_Sharipova\\_sost\\_Inostrannyj%20jazyk%20v%20professionalnoj%20sfere\\_pr\\_2016.pdf/info](https://elib.bashedu.ru/dl/corp/Shakirova_Sharipova_sost_Inostrannyj%20jazyk%20v%20professionalnoj%20sfere_pr_2016.pdf/info)
3. Гусякова А. В. Business English in the New Millennium: учебное пособие - Москва: МПГУ, 2016. [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=472847](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=472847)

**Дополнительная литература:**

4. Евсюкова Т. В. , Локтева С. И. Английский язык. Учебник для экономических

- специальностей М.: Флинта, 2011. - 358с.,  
ЭБС:[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=93663](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=93663)
5. Кобызева С. В. English for Students of Economics. Ч.1: методические указания по английскому языку для студентов экономических специальностей и направлений подготовки. Уфа: РИЦ БашГУ, 2017.  
[https://elib.bashedu.ru/dl/corp/Kobyzeva\\_sost\\_English%20for%20Students%20of%20Economics\\_1\\_mu\\_2017.pdf/info](https://elib.bashedu.ru/dl/corp/Kobyzeva_sost_English%20for%20Students%20of%20Economics_1_mu_2017.pdf/info)
6. Talalakina E., Brown T., Bown J., Eggington W. Mastering English through Global Debate - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017.  
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=486564](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=486564)
7. Турук И. Ф. A Course of Business English Learning. Деловой английский язык. Учебно-методический комплекс - М.: Евразийский открытый институт, 2010. – 152 с.  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90389>

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

1. База данных периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам» - <https://dlib.eastview.com/>
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>
3. Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>
5. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» – <https://elib.bashedu.ru/>
6. Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
7. Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi>.
8. Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press) - <https://archive.neicon.ru/xmlui/>
9. Издательство «Annual Reviews» - <https://www.annualreviews.org/>
10. Издательство «Taylor&Francis» - <https://www.tandfonline.com/>
11. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
12. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
13. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные
14. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle)
15. Электронный учебный курс «Иностранный язык в профессиональной сфере» <http://sdo.bashedu.ru/course/view.php?id=1712>

## 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: №№ 101, 102, 103, 104, 105, 107, 108, 110, 207, 208,	Практические/семинарские занятия	Учебная мебель, доска, проекционный экран, проектор, персональные компьютеры.

209, 210, 311а, 311в		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade.</li> <li>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian.</li> <li>3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle).</li> </ol>
<b>Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> №№ 101, 102, 103, 104, 105, 107, 108, 110, 207, 208, 209, 210, 311а, 311в	Групповые и индивидуальные консультации	<p>Учебная мебель, доска, проекционный экран, проектор, персональные компьютеры.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade.</li> <li>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian.</li> <li>3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle).</li> </ol>
<b>Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> №№ 101, 102, 103, 104, 105, 107, 108, 110, 207, 208, 209, 210, 311а, 311в	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Учебная мебель, доска, проекционный экран, проектор, персональные компьютеры.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade.</li> <li>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian.</li> <li>3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle).</li> </ol>
<b>Помещения для самостоятельной работы:</b> 302 читальный зал (гуманитарный корпус).	Самостоятельная работа	<p>Учебная мебель, персональные компьютеры в комплекте HP, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок iRU.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade.</li> <li>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian.</li> </ol> <p>Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle).</p>

