

Министерство образования и науки Республики Казахстан
Карагандинский государственный технический университет

УТВЕРЖДАЮ
Председатель Ученого
совета, Ректор КарГТУ
_____ **Газалиев А.М.**
« ____ » _____ **2016 г.**

ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ СТУДЕНТА
(SYLLABUS)

Дисциплина РОІУа 2214 «Профессионально – ориентированный иностранный
язык»

Модуль Уа 4 Языковой

Специальность 5В051100 – «Маркетинг»

Факультет инженерной экономики и менеджмента

Кафедра «Русского и иностранных языков»

Предисловие

Программа обучения по дисциплине для студента (syllabus) разработана:
к.п.н., доцентом Джантасовой Д.Д.,
преп. Когай О.А.

Обсуждена на заседании кафедры РиИЯ

Протокол № 12 от «18» марта 2016 г.

Зав. кафедрой _____ Оспанова Б.Р. 18.03. 2016 г.
(подпись) (ФИО)

Одобрена учебно-методическим советом Архитектурно-строительного
факультета

Протокол № 7 от «24» марта 2016 г.

Председатель _____ Орынтаева Г.Ж. 24.03. 2016 г.

Согласована с кафедрой ИПМ

Зав. кафедрой _____ Стеблякова Л.П. 19.03. 2016 г.

Сведения о преподавателе и контактная информация

Джантасова Д. Д., к.п.н., доцент, кафедры РиИЯ

Когай О.А., преподаватель кафедры РиИЯ

Кафедра РиИЯ находится в I корпусе КарГТУ (Б. Мира, 56), аудитория 506, контактный телефон 8 (7212) 56-59-32, (2046).

Трудоемкость дисциплины

Семестр	Количество кредитов	ECTS	Вид занятий				Количество часов СРС	Общее количество часов	Форма контроля	
			количество контактных часов			количество часов СРС				всего часов
			лекции	практические занятия	лабораторные занятия					
3	2	3	-	30	-	30	60	30	90	Экзамен

Характеристика дисциплины

Дисциплина «Профессионально-ориентированный иностранный язык» входит в цикл базовых дисциплин, являющихся обязательным компонентом для студентов, обучающихся по специальности 5В051100 – «Маркетинг» и имеет важное значение в формировании у специалистов в этой области общетехнических, общенаучных и профессионально - деятельностных компетенций. Способность осуществлять эффективное иноязычное общение в ходе профессиональной деятельности является важным компонентом профессиональной подготовки специалиста.

Цель дисциплины

Основной целью курса является расширение и углубление теоретических знаний, а также совершенствование практических навыков владения иностранным языком в профессиональной сфере. Также курс профессионально-ориентированного иностранного языка реализует достижение уровня языковой компетенции, достаточного для осуществления будущей профессиональной деятельности, определяемой специальностью «Маркетинг».

Задачи дисциплины

- обучение использованию иностранного языка для выражения своих мыслей в различных ситуациях речевого общения в рамках изученных профессиональных тем в области маркетинга;
 - формирование лексико-грамматических навыков письма и речи для принятия маркетинговых решений в деятельности фирмы;
 - умение пользоваться словарно-справочной литературой и профессиональной терминологией на иностранном языке;
- «дальнейшее совершенствование личностных качеств студентов, связанных с формированием навыков самообразования, расширением кругозора, ростом профессиональной компетенции.

В результате изучения данной дисциплины студенты должны:

иметь представление о специальной терминологии маркетинга;

знать:

- лексический и грамматический минимум иноязычного общения профессионального характера, терминологию на иностранном языке в области маркетинга;

- основные понятия и термины маркетинга на иностранном языке;
 - методику проведения конкретного маркетингового исследования, теоретические основы изучения потребительского поведения и методические вопросы сегментирования, позиционирования товара; разработки комплекса маркетинга товаров и услуг на иностранном языке;
 - правил словообразования, лексических единиц, терминологии, характерной для профессии «маркетинг»;
- иностранной язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и общения на профессиональном уровне.

уметь:

- организовывать речевую деятельность на иностранном языке, выполнять письменный и устный перевод текстов в рамках профессиональной сферы общения;

- использовать терминологию маркетинга на иностранном языке, предусмотренной тематическим содержанием курса;
- применять основные понятия, принципы, методы маркетинговой деятельности для анализа и решения проблем в конкретной экономической ситуации на иностранном языке;
- проводить конкретные маркетинговые исследования по интересующей проблеме с предоставлением краткого отчета по нему на иностранном языке; проводить сегментирование рынка по различным принципам и позиционирование товара, услуги на иностранном языке;
- разработать комплекс маркетинга применительно к конкретному товару или услуге на иностранном языке.

- приобрести практические навыки:

- восприятия и понимания на слух сообщений делового, информационного и профессионального характера; диалогической и монологической речи в пределах профессиональной деятельности в области маркетинга; чтения деловой и научно-технической документации, предусматривающее извлечение информации из прочитанного и её использование в речи; письма официального и профессионального характера.

- перевода профессионально значимого текста с иностранного языка на казахский и русский и с казахского и русского на иностранный; письмо, необходимое для подготовки публикаций, тезисов и ведения переписки.

- перевода текстов по специальности; анализа литературы по специальности; составления и оформления деловых бумаг профессионального характера.

Согласно Общеввропейской шкале уровней владения иностранными языками освоение дисциплины «Профессионально-ориентированный

иностранный язык» предусматривает достижение европейского уровня В2, соответствующего уровню базовой стандартности (III национальный стандартный III -НС).

Дескрипторами уровня базовой стандартности являются:

1. *В области чтения*: понимание текстов, построенных на языковом материале профессионального общения. Быстрый просмотр текста по специальности с выделением важных деталей. Определение значений незнакомых слов по контексту и структуре слова. Нахождение определённой информации, в том числе, справочного характера

2. *В области аудирования*: Понимание основных положений лекций, бесед, докладов, касающихся профессиональной деятельности.

3. *В области устной коммуникации (в монологической речи)*: Умение делать ясный, логично построенный доклад на профессиональную тематику с выделением важных моментов, приводить доводы за и против какой- то определённой точки зрения. Давать чёткие, беглые сообщения по общим профессиональным вопросам.

(в ходе диалога): умение вести разговор на профессиональные темы на достаточно беглом уровне. Умение подчеркнуть личную заинтересованность в деле, объяснить и подкрепить свою точку зрения при помощи необходимых доводов, не допуская грубых грамматических ошибок.

4. *В области письменной коммуникации*: умение писать эссе или доклад на профессиональную тематику, приводя доводы за и против какой- то определённой точки зрения, поясняя плюсы и минусы вариантов решения.

5. *В области грамматики*:

- Present Perfect Simple and Present Perfect Continuous
- Past Simple and Past Continuous and Past Perfect
- Question tags
- *Will/going to*, Present Simple, Present Continuous for the future
- Future Perfect
- Phrasal verbs
- Zero, first, second and third conditionals
- *Wish and if only*
- Passive
- Compounds of *some, any, no, every*.
- Reported speech
- Relative clauses
- Conjunctions: *although, despite, in spite of, otherwise, unless*
- Modals: present and perfect
- *Always* for frequency/+present continuous

Пререквизиты

Для изучения данной дисциплины необходимо усвоение следующих дисциплин:

Дисциплина	Наименование разделов (тем)
------------	-----------------------------

Постреквизиты

Знания, полученные при изучении дисциплины «Профессионально-ориентированный иностранный язык», используются при освоении дисциплин: «Маркетинг», «Внутрифирменное планирование», «Теория систем и системный анализ».

Тематический план дисциплины

Наименование раздела (темы)	Трудоемкость по видам занятий, ч.				
	лекции	практические	лабораторные	СРСП	СРС
1 Introduction to the subject area of specialty marketing. Text: The marketing mix. Grammar: <i>Past Time: Past Simple, Past Continuous, Past Perfect, used to, would;</i>		2		2	2
2. Formation of professional marketing glossary of key terms. Professionally-oriented foreign language as a disciplinary phenomenon service marketing. Text: SWOT analysis. Grammar: <i>Present Perfect Simple and Present Perfect Continuous, Past Simple;</i>		2		2	2
3. Study of the role and place of marketing in the organization, the requirements of the modern marketer. Text: Marketing strategy and marketing plan. Grammar: <i>Will, going to, Present Simple, Present Continuous for the future. Future Perfect</i>		2		2	2
4. The evolution of the emergence and development of marketing. Text: Marketing ethics. Grammar: <i>Phrasal Verbs I (transitive and inseparable)</i>		2		2	2
5. Special professionally-oriented material for the study of the general characteristics of modern marketing. Text: The market environment. Grammar: <i>Phrasal Verbs II (transitive and separable, intransitive)</i>		2		2	2
6 Basic concepts of marketing research. Text: Legal aspects of marketing. Grammar: <i>Zero, first, second and third conditionals</i>		2		2	2
7. Basic categorical conceptual apparatus of studying marketing environment. Professional foreign language for learning		2		2	2

the basic functions of marketing. Text: Research. Grammar: <i>Wish and if only</i> Review 1					
8 Consumer behavior in the commodity markets. Text: New product development. Grammar: <i>Passive</i>		2		2	2
9 Basic concepts and terms of market segmentation. Text: Brainstorming. Grammar: <i>Compounds of some, any, no, every</i>		2		2	2
10 The concept and the basic elements of the marketing mix. Text: Product and service type. Grammar: <i>Conjunctions: although, despite, in spite of, otherwise, unless</i>		2		2	2
11 A study of the domain of planning and control of marketing. Text: Product life cycles. Grammar: <i>Reported speech</i>		2		2	2
12 Orientation in the texts in a foreign language in the field of marketing. Text: Selling products and services. Grammar: <i>Relative clauses</i>		2		2	2
13 Speech in professional communication and academic writing in professional language Contact professionally oriented foreign language disciplines. Text: Branding. Grammar: <i>Conjunctions: although, despite, in spite of, otherwise, unless</i>		2		2	2
14 Professional foreign terminology in the field of educational and socio-economic disciplines. The transformation and differentiation of professionally oriented foreign. Text: Brand values. Grammar: <i>Modals: present and perfect</i> Review 2		2		2	2
15 The concept of differentiation professionally-oriented vocabulary of a foreign language on the application. Text: Market segmentation.		2		2	2
ИТОГО:		30		30	30

Перечень практических (семинарских) занятий

1. Specialization of marketing in a professional foreign language.
2. Using a professional dictionaries for the development of the basic concepts of marketing functions in a foreign language.

3. The evolution of the emergence and development of marketing in a foreign language.
4. Basic concepts of evaluation factors of marketing environment of the organization in a foreign language.
5. Methods of marketing research in a foreign language.
6. professional terms in a foreign language in basic marketing strategy of the company.
7. Professional terminology used in the field of market segmentation.
8. The study of the basic elements of the marketing mix in a foreign language.
9. The study of methods of motivation in the foreign language.
10. A study of the subject area of planning and control of marketing in a foreign language.

Темы контрольных заданий для СРС

1. Preparation of the review of a scientific article about the role of modern marketing in a foreign language.
2. Preparation of a report on the topic: "Economic prerequisites for the development of marketing."
3. Write an essay on the topic: "Specifics of marketing at the Kazakhstan a foreign language. "
4. Development of the marketing mix, depending on the scope of activities in a foreign language.
5. Preparation of the essay on the topic: "Marketing as a tool to improve the competitiveness of enterprises" in a foreign language.
6. The development of the basic elements of communication policy on enterprises in a foreign language.
7. To review the literature on marketing in a foreign language.

Критерии оценки знаний студентов

Экзаменационная оценка по дисциплине определяется как сумма максимальных показателей успеваемости по рубежным контролям (до 60%) и итоговой аттестации (экзамен) (до 40%) и составляет значение до 100%.

График выполнения и сдачи заданий по дисциплине

Вид контроля	Цель и содержание задания	Рекомендуемая литература	Продолжительность выполнения	Форма контроля	Срок сдачи	Баллы
Speaking	Describing a diagram	[1], [4], [6]	2 контактных часа	Текущий	5,12 недели	15
Writing	Describing an object or process	[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8]	2 контактных часа	Текущий	6, 13 недели	15
Reading and translating	Reading comprehension and translation	[1], [4], [6], [9]	3 контактных часа	Текущий	4, 11 недели	15
Vocabulary, grammar test	Practicing vocabulary and grammar skills	[1], [3], [5]	1 контактный час	Рубежный	7, 14 недели	15

	with multiple choice test					
Final examination	Assessment of the students' knowledge of the Course	List of recommended and additional literature	3 контактных часа	Итоговый	В период сессии	40
Итого						100

Политика и процедуры

При изучении дисциплины «Профессионально-ориентированный иностранный язык» прошу соблюдать следующие правила:

1. Не опаздывать на занятия.
2. Не пропускать занятия без уважительной причины, в случае болезни прошу представлять справку, в других случаях – объяснительную записку.
3. Пропущенные практические занятия отрабатывать в указанное преподавателем время.
4. Согласно календарному графику учебного процесса сдавать все виды контроля.
5. Быть терпимыми, открытыми и доброжелательными к сокурсникам и преподавателям.

Список основной литературы

1. Cate Farrall, Marianne Lindsley. Professional English in Use: Marketing. - Cambridge University Press, 2008. - 144 p.
2. Philip Kotler. Marketing Management. Eleventh edition.- New Jersey,- 2004. -778p.
3. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: учебник для вузов. 3 изд. СПб.: Питер, 2007.
4. Барковский А.Б. English-Russian dictionary of computers and programming. -М.: Рус. яз., 1989. — 332, [1]с.
5. Voeckner K. Oxford English for Computing. - Oxford: Oxford University Press, 1999, —212p .
6. Glendinning Eric H. Basic English for Computing. - Oxford: Oxford University Press, 1999. - 128 p.

Список дополнительной литературы

7. Прозоровский С, English for Marketing Managers. -244p.
8. Boyd, W. Harper. Marketing Management.- Boston, 1990
9. Бедрицкая Л.В. Английский для экономистов Учеб. пособие, 2 -ое изд., 191с.
10. Герасимов Б. Гливенкова О., Гунина Н., Никульщина Н, Шеленкова И. English for Quality Management and Standardization Издательство. Форум, 2011-160 стр

ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ СТУДЕНТА (SYLLABUS)

по дисциплине РОІҮа 2216 «Профессионально – ориентированный иностранный
язык»

Модуль Үа 4 Языковой

Гос. изд. лиц. № 50 от 31.03.2004 г.

Подписано к печати _____ 20__ г. Формат 90x60/16. Тираж _____ экз.

Объем ___уч. изд. л. Заказ № _____ Цена договорная

100027, Издательство КарГТУ, Караганда, Бульвар Мира, 56