

Министерство образования и науки Республики Казахстан
Карагандинский государственный технический университет

УТВЕРЖДАЮ
Председатель Ученого совета,
Ректор КарГТУ
_____ **Газалиев А.М.**
_____ **2014г.**

ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ СТУДЕНТА
(SYLLABUS)

Дисциплина PRYa 2201 «Профессиональный русский язык»

Модуль PRYa 12 «Профессиональный русский язык»

Специальность **5B051100** – «Маркетинг»

Факультет экономики и менеджмента

Кафедра русского языка и культуры

Предисловие

Программа обучения по дисциплине для студента (syllabus) разработана:
доцентом, зав.кафедрой русского языка и культуры Оспановой Б.Р., ст.
преподавателем Тимохиной Т.В., преподавателем Тажибаевой С.М.

Обсуждена на заседании кафедры русского языка и культуры

Протокол № _____ от « ____ » _____ 2014 г.

Зав. кафедрой _____ « ____ » _____ 2014 г.

(подпись)

(ФИО)

Одобрена учебно-методическим советом архитектурно-строительного
факультета

Протокол № _____ от « ____ » _____ 2014г.

Председатель _____ « ____ » _____ 2014 г.

(подпись)

(ФИО)

Согласована с кафедрой _____

(наименование кафедры)

Зав. кафедрой _____ « ____ » _____ 2014 г.

(подпись)

(ФИО)

Сведения о преподавателе и контактная информация

Оспанова Бикеш Ревовна, к.ф.н., доцент, зав.кафедрой;

Тимохина Татьяна Владимировна, ст.преподаватель;

Тажибаева Сауле Мукажановна, преподаватель.

Кафедра русского языка и культуры находится в 1 корпусе КарГТУ (Б.Мира, 56), аудитория 506, контактный телефон 565932, доб. 2046

Трудоемкость дисциплины

Семестр	Кол-во кредитов	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 «Профессиональный русский язык» входит в цикл обязательных дисциплин базового цикла для специальностей технического профиля. Представляет собой самостоятельный и законченный курс. Осуществляет профессионально-ориентированное обучение будущих специалистов.

Цель дисциплины

Дисциплина «Профессиональный русский язык» ставит целью формирование у студентов коммуникативных компетенций, которые в дальнейшем позволят пользоваться русским языком в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с партнерами, для самообразовательных и других целей.

Задачи дисциплины

Задачи дисциплины следующие: формирование у студентов коммуникативных компетенций, которые позволят в дальнейшем пользоваться русским языком в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с партнерами, для самообразовательных и других целей.

В результате изучения данной дисциплины студенты должны:

иметь представление:

- о научном стиле и его жанровом многообразии;
- о правилах построения научного текста и языкового оформления;
- о методах и приемах структурно-семантического и смысло-лингвистического анализа профессионального текста;

- об особенностях функционирования системы языка в профессиональном общении;

знать:

- терминологическую лексику в системе маркетинга, необходимую для профессионального общения;

- правила построения научного текста;

- технику подготовки устного выступления;

- основные правила речевого поведения;

уметь:

- использовать различные виды чтения (изучающее, ознакомительное и просмотровое) текстов научно-профессиональной и коммуникативной сфер;

- извлекать из текста основную и целевую информацию по теме;

- обобщать и комбинировать информативный материал с опорой на прочитанный либо прослушанный текст (продуцировать самостоятельное монологическое высказывание по теме; монолог-рассуждение, написание реферата);

- излагать предметный материал во взаимосвязи с дисциплинами, представленными в учебном плане, осваиваемом студентами;

приобрести практические навыки:

- технологии построения текста учебно-научного, научного, научно-публицистического характера;

- использования основных логических методов расположения информации в устном и письменном текстах;

- приёмов стилистического анализа текста;

- написания аннотации и рецензии;

- формирования творческого мышления;

- разных видов компетенций в области профессионального общения.

Пререквизиты

Для изучения данной дисциплины необходимо усвоение следующих дисциплин: «Русский язык», «Основы экономики».

Постреквизиты

Знания, полученные при изучении дисциплины «Профессиональный русский язык», используются при освоении следующих дисциплин: «Управление маркетингом», «Маркетинг исследования», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Международный маркетинг» и др.

Тематический план дисциплины

Наименование раздела, (темы)	Трудоемкость по видам занятий, ч.				
	Лек-ции	Практи-ческие	Лабо-ратор-ные	СРСП	СРС
1. Введение в предметную область специальности «Маркетинг» на профессиональном русском языке.	-	1	-	1	1
2. Профессиональный русский язык как дисциплинарный феномен, необходимый для изучения дисциплин специальности «Маркетинг».	-	2	-	2	2
3. Теоретические основы маркетинга		2		2	2
4. Управление маркетингом как основная научная дисциплина при получении профессионального образования в области маркетинга	-	2	-	2	2
5. Профессиональная терминология на русском языке для изучения теоретических основ маркетинга.	-	3	-	3	3
6. Трансформация и дифференциация профессионального русского языка в области государственного и местного управления.	-	2	-	2	2
7. Характеристика содержания предметной области по специальности на русском языке.	-	12	-	12	2 ¹
8. Основы формирования овладения предметно-языковым материалом специальности «Маркетинг».	-	1	-	1	1
9. Базовый категориально-понятийный аппарат специальности «Маркетинг» в его профессиональном русском языковом выражении.	-	1	-	1	1
10. Специальный профессионально-ориентированный материал и его использование в заданных профессиональных ситуациях.	-	1	-	1	1
11. Требования к подготовке специалиста.	-	1	-	1	1
12. Профессиональная компетенция: ориентация в текстах на русском языке, монологическое высказывание профессионального содержания.	-	1	-	1	1

13. Связь профессионального русского языка с дисциплинами специальности.	-	1	-	1	1
ИТОГО:		30	-	30	3 0

Перечень практических (семинарских) занятий

Тема 1. Введение в предметную область специальности «Маркетинг» на профессиональном русском языке

Цель изучения дисциплины - обеспечение свободного уровня профессионального общения. Роль и значение дисциплины «Профессиональный русский язык» в структуре подготовки специалистов в области маркетинга. Освоение навыков в работе с монологическими высказываниями профессионального содержания, ориентирование в текстах на профессиональном русском языке. Знание терминологической лексики в области маркетинга. Социальное значение предметно-языкового материала. Наличие специального профессионально-ориентированного материала и его использование в заданных профессиональных ситуациях.

Тема 2. Профессиональный русский язык как дисциплинарный феномен, необходимый для изучения дисциплин специальности «Маркетинг»

Научный текст. Понимание информации текста. Построение логико-композиционной основы текста. Выработка системы коммуникативных умений. Формирование представлений у студентов об особенностях функционирования системы языка в научном дискурсе. Обучение методам и приемам структурно-семантического и смысло-лингвистического анализа научного текста. Развитие логики мышления на основе научных текстов по специальности. Обучение навыкам извлечения из текста необходимой информации. Обобщение и интерпретация информации с целью использования в процессе учебно-профессионального общения. Использование системы предметных и языковых знаний для профессионального общения.

Тема 3. Теоретические основы маркетинга

Научные методы исследования. Правила выбора методов в соответствии с темой и задачами. Изучение теоретических основ и категориально-понятийного аппарата маркетинга, а также овладение практическими навыками по применению элементов и принципов маркетинга в деятельности фирм и компании. Систематизация знаний по следующим вопросам: теоретические основы и концепции маркетинга; маркетинговая среда

и ее составляющие; системы маркетинговой информации и маркетинговых исследований; основы теории потребительского поведения на рынках; методические основы сегментирования рынка и позиционирования товара; товарная политика в системе маркетинга; ценообразование и ценовые стратегии; системы распределения и товародвижения; продвижение товаров и услуг; процесс управления, планирования и контроля маркетинга; международный маркетинг и маркетинг услуг. Изучение принципов, методов, инструментов, лежащих в основе организации эффективной маркетинговой работы, имеющей важное значение для управленческой деятельности предприятия в целом, в том числе управления маркетинговыми исследованиями, элементами комплекса маркетинга, разработки маркетинговых стратегий в различных сферах и отраслях экономики, международной деятельности и другое.

Тема 4. Управление маркетингом как основная научная дисциплина при получении профессионального образования в области маркетинга

Структура и содержание научно-исследовательской работы по специальности. Оформление научной работы. Изучение теоретических основ и концепции управления маркетингом, а также овладение навыками их осуществления в практической деятельности. Формирование навыков по разработке и в умении экономически обосновывать оперативные и стратегические маркетинговые планы в деятельности фирмы. Умение организовывать службу маркетинга на фирме как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию всех его структур. Умение принимать согласованные, взвешенные решения в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникативной политики, а также контролировать маркетинговую деятельность и оценивать результативность маркетинговых усилий фирмы. Овладение навыками управления маркетингом на корпоративном и функциональном уровне и управления маркетингом по основным составляющим маркетинга-микс: управление товаром, ценой, распределением и продвижением. Изучение процесса управления маркетингом по его основным функциям: маркетинговое планирование, организация маркетинга, маркетинговый контроль.

Тема 5. Профессиональная терминология на русском языке для изучения теоретических основ маркетинга

Формы рубрикации текста. Основные правила оформления цитат. Варианты выделения текстовых фрагментов и возможности их использования. Правила оформления сносок. Развитие учебно-профессиональной речи: а) выработка умений и навыков чтения, слушания, конспектирования литературы по избранной специальности; б) составление

различного рода научно-учебных текстов, близких к текстам учебников и лекций, диалогов, монологов на учебно-профессиональные темы; в) интенсивное обучение основным функционально-смысловым типам высказываний: монологу-описанию, монологу-повествованию, монологу-рассуждению, диалогу-беседе, диалогу-дискуссии.

Тема 6. Трансформация и дифференциация профессионального русского языка в области маркетинга

Правила составления библиографии. Понятие дифференциации лексики профессионального русского языка по сферам применения (терминологическая, общенаучная и официальная). Терминологическая лексика. Общенаучная лексика. Официально-деловая лексика.

Тема 7. Характеристика содержания предметной области по специальности на профессиональном русском языке.

Компрессия текста. Техника написания аннотаций. Техника составления реферата. Написание тезисов. Написание сообщений. Написание частных писем. Принципы составления деловых писем. Составление анкеты.

Тема 8. Основы формирования овладения предметно-языковым материалом специальности «Маркетинг»

Развитие научно-профессиональной речи: активное, обобщенное, объемное формирование навыков и умений в области научно-профессиональной речи. Расширение лексического минимума общеупотребительных слов и словосочетаний по специальности:

потребление, продвижение, коммуникации, маркетинговые исследования, сегментация рынка и др. Овладения грамматическими формами и конструкциями на уровне их употребления в речи. Овладение лексическим и терминологическим минимумом по специальности. Построение различных типов речевой деятельности: беседа, описание, презентация, информирование.

Тема 9. Базовый категориально-понятийный аппарат специальности «Маркетинг» в его профессиональном русском языковом выражении

Грамматические формы и конструкции в функциональном аспекте. Репродуцирование адаптированных и продуцирование несложных прагматических текстов, диалогических и монологических высказываниях устной и письменной форме по разным видам речевой деятельности. Умение выражать свои мысли на профессиональном русском языке в письменной форме.

Тема 10. Специальный профессионально-ориентированный

материал и его использование в заданных профессиональных ситуациях

Профессионально-ориентированный материал в различных областях знания по избранной специальности. Овладение стратегиями профессионального поведения и субъективным контролем и оценкой процесса и результата их профессионально ориентированной деятельности, необходимостью формирования специальных компетенций маркетолога нового формата.

Основные особенности использования научного стиля в области маркетинга. Техника построения устного сообщения. Способы построения научного доклада.

Тема 11. Требования к подготовке специалиста

Требования по циклам учебных дисциплин. Гуманитарные и социально-экономические дисциплины специальности «Маркетинг». Математические и общие естественно-научные дисциплины специальности. Общепрофессиональные дисциплины специальности. Специальные дисциплины специальности. Дисциплины специальности «Маркетинг».

Тема 12. Профессиональная компетенция: ориентация в текстах на русском языке, монологическое высказывание профессионального содержания

Интеракция. Медиация. Монологическое общение: публичное выступление с заранее подготовленным докладом, сообщением, участие в дискуссии на заданную тему. Написание дипломатических документов, коммюнике, сообщения, статьи для прессы. Профессиональная компетенция маркетолога нового поколения в научно-исследовательской деятельности и ориентация в текстах на русском языке. Профессиональная компетенция специалиста в области маркетинга на русском языке.

Приемы перевода речевых произведений. Единицы перевода научных текстов. Лексические приемы перевода научных текстов. Грамматические приемы перевода научных текстов. Стилистические приемы перевода научных текстов.

Понимание диалогической речи в сфере профессиональной коммуникации. Понимание монологической речи в сфере профессиональной коммуникации.

Тема 13. Связь профессионального русского языка с дисциплинами специальности

Подготовка профессиональных маркетологов в соответствии с современными требованиями развития общества. Освоение профессии с изучения предметов гуманитарного цикла и предметов профессиональной направленности. Базирование на знаниях, полученных студентами в ходе изучения междисциплинарных дисциплин и в соответствии с выбранной специальностью.

Основные правила чтения русскоязычных текстов. Способы выделения

главных частей в тексте. Выбор ключевых слов в тексте.

Перечень лабораторных занятий (программой не предусмотрен) Тематика курсовых проектов (программой не предусмотрена)

Темы контрольных заданий для СРС

1. Профессионально-ориентированный материал в области маркетинга.
2. Монологическое общение.
3. Технологии обучения как системный метод.
4. Технология обучения как совокупность методов и средств обработки, представления, изменения и предъявления учебной и научной информации.
5. Специфические характеристики маркетинга.

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
1	2	3	4	5	6	
Выполнение заданий по теме	В соответствии и с планами практических занятий	[1], [2], [3], [4], [5]	12 недель согласно учебному плану и расписанию	Текущий	1-6, 8-13 недели	10
Выполнение заданий СРСП	Согласно плану СРСП	[1], [2], [3], [4], [5]	12 недель	Текущий	1-6, 8-13 недели	10
Защита работ по СРС	Согласно плану СРС	[1], [2], [4], [5]	В течение изучения курса в соответствии с расписанием занятий и учебным планом	Текущий	5, 13 недели	10
Выполнение заданий для самоконтроля	Согласно плану	[1], [2], [3], [4], [5]	2 недели	Текущий	8, 14 недели	10
Выполнение контрольной работы	Закрепление теоретических знаний и практических навыков	[1], [2], [3], [4], [5] Конспекты материалов по грамматике и теории	1 контактный час	Рубежный	7, 14 недели	20

Экзамен	Проверка усвоения материала дисциплины	Весь перечень основной и дополнительной литературы	0,4 контактных часов	Итоговый	В период сессии	40
Итого						100

Политика и процедуры

При изучении дисциплины «Профессиональный русский язык» прошу соблюдать следующие правила:

1. Не опаздывать на занятия.
2. Не пропускать занятия без уважительной причины, в случае болезни прошу представить справку, в других случаях – объяснительную записку.
3. В обязанности студента входит посещение всех видов занятий.
4. Согласно календарному графику учебного процесса сдавать все виды контроля.
5. Пропущенные практические занятия отрабатывать в указанное преподавателем время.
6. Активно участвовать в учебном процессе.
7. Быть терпимыми, открытыми, откровенными и доброжелательными к сокурсникам и преподавателям.

Список основной литературы

1. Рыблова А.Н. Технология управления образовательным процессом студентов в университете. - Саратов, 2006.
2. Русский язык. Учебное пособие для студентов казахских отделений университетов (бакалавриат) - Под редакцией Ахмедьярова К.К., Жаркынбековой Ш.К.- Алматы, Казакуниверситети, 2008.
3. Зуева Н.Ю. Практическое пособие по развитию навыков научной речи: для вузов гуманитарного профиля в 2-х ч. Основной курс- Алматы, 2007.
4. Мухамадиев Х.С. Пособие по научному стилю речи. Русский язык. - Алматы: Казак университет, 2006.
5. Салагаев В.Г. Студенческие научные работы. Академическая риторика. - Алматы: Раритет, 2004.
6. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: учебник для вузов. 3 изд. -СПб.: Питер, 2007.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга.- М.: Прогресс, 2007.

Список дополнительной литературы

1. Цой А.А. Развитие навыков научной речи: учебное пособие.- Алматы: АГУ им. Абая. 2000.- 74 с.
2. Тематический словарь русского языка. М.: Русский язык, 2000. - 560 с.

3. Фомин А.Г. Психолингвистическая концепция моделирования тендерной языковой личности / А. Г. Фомин. — М.: Кемерово: Кузбассвуиздат, 2003. — 234 с.
4. Голубков Е.Н. Основы маркетинга - М.: ДИС, 2003
5. Слышкин Г.Г. Аксиология языковой личности и сфера наивной лингвистики /Г.Г.Слышкин // Социальная власть языка: сб. науч. тр. - Воронеж, 2001. - С. 87-90.

**ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ СТУДЕНТА
(SYLLADUS)**

По дисциплине «Профессиональный русский язык»
(наименование дисциплины)

Профессиональный русский язык
(наименование модуля)

Гос. изд. лиц. № 50 от 31.03.2004 г.

Подписано в печать _____ 2014г. Формат 90х60/16. Тираж _____ экз.

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

100027. Издательство КарГТУ, Караганда, Бульвар Мира, 56