

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Профессиональный иностранный язык»**

**Целью** освоения дисциплины «Профессиональный иностранный язык» является развитие способности применять современные коммуникативные технологии на иностранном (английском) языке для профессионального взаимодействия на уровне, достаточном для эффективного решения профильных коммуникативных задач, а также способности анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

### **Задачи** дисциплины:

– познакомить обучающихся со спецификой прочтения, написания, письменного перевода и редактирования тематических текстов профессиональной направленности, в т.ч. рефератов, эссе, обзоров, статей и др., а также с особенностями коммуникативного поведения людей различного социально-культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними на иностранном (английском) языке;

– научить работать с тематическими материалами на иностранном (английском) языке для расширения активного словарного запаса, в т.ч. профессиональной терминологии, а также для формирования умений распознавать и использовать в собственной устной и письменной речи наиболее употребимые лексико-грамматические модели и речевые структуры;

– научить воспринимать на слух содержание тематических высказываний, в т.ч. монологических и диалогических, на иностранном (английском) языке для развития умений извлекать из услышанного необходимую информацию, а также для совершенствования умений передавать необходимую информацию собеседнику в ситуации реального профессионального общения;

– развить навыки представления результатов профессиональной деятельности и эффективного участия в различных профильных мероприятиях, включая международные, в т.ч. семинарах, конференциях, дискуссиях и др., а также навыки создания недискриминационной среды взаимодействия с зарубежными партнерами в процессе решения профильных коммуникативных задач на иностранном (английском) языке.

### **Тема. Основные вопросы.**

Holistic Approach to Marketing in Challenging Times  
Sales and Marketing  
Types of Sales  
The Marketing Mix  
Distribution and Pricing  
Costs and Profit  
The Marketing and Sales Force  
Sales Systems  
Sales Presentations  
Sales Forecasts  
Sales Ethics  
Marketing Research  
Marketing Strategies  
Market Segmentation  
International Marketing

**Объем дисциплины** 2 з.е.

**Форма промежуточного контроля** – зачет.