

**Частное образовательное учреждение
профессионального образования
Брянский техникум управления и бизнеса**

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 09D41FB70039B39F944142467F307B5036
Владелец: Прокопенко Любовь Леонидовна
Действителен: с 14.08.2025 до 14.08.2026

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
СГЦ.02 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

по специальности
42.02.01
«Реклама»

2025

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» является обязательной частью социально-гуманитарного цикла примерной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимся осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
OK 01	Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
OK 02	Определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.

OK 03	Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования.	Содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты.
OK 04	Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	Психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности.
OK 05	Грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
OK 06	Описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения.	Сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.
OK 07	Соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона.	Правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения; принципы бережливого производства; основные направления изменения климатических условий региона
OK 08	Использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности.	Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения.
OK 09	Понимать общий смысл четко	правила построения простых и сложных

	<p>произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</p>	<p>предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности.</p>
ПК.1.1	<ul style="list-style-type: none"> -производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии с характеристиками аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании. 	<ul style="list-style-type: none"> - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
ПК.1.2	<ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования рынка. 	<ul style="list-style-type: none"> - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
ПК.1.3	<ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. 	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
ПК.1.4	<p>Преобразовывать требования заказчика в бриф</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Принципы выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций ...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
ПК.2.1	<ul style="list-style-type: none"> - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы 	<ul style="list-style-type: none"> - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией,

	<p>и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. 	<p>мотивации труда;</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
ПК.2.2	<ul style="list-style-type: none"> - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
ПК.3.1	<ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. 	<ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
ПК.3.2	<ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и 	<ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для

	<p>словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирования сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. 	<p>рекламирования товаров/услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; 	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

	<ul style="list-style-type: none"> - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. 	
ПК.4.1	<ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. 	<ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
ПК.4.2	<ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. 	<ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
ПК 4.3	<ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; 	<ul style="list-style-type: none"> - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;

	<ul style="list-style-type: none"> - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирования сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. 	<ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	44
в т.ч. в форме практической подготовки	36
в т. ч.:	
теоретическое обучение	2
практические занятия (<i>если предусмотрено</i>)	36
<i>Самостоятельная работа</i>	6
Промежуточная аттестация- дифференцированный зачет	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированием которых способствует элемент программы
1	2	3	4
	Раздел 1. Место и роль дисциплины «Английский язык в профессиональной деятельности» в подготовке специалистов по рекламе.	6/6	
Тема 1. Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.	Содержание учебного материала: 1.Личностные и профессиональные качества рекламиста. 2. Требования к специалисту по рекламе. 3. Специфика работы специалиста по рекламе 2. Основные принципы деятельности в отрасли Реклама.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	Лексика: - профессионально-ориентированная лексика; - лексика делового общения. Грамматика: - грамматические конструкции типичные для делового стиля.	2	
	В том числе практических занятий: Практическое занятие № 1. Подготовка к собеседованию, составление резюме.	4	
	Содержание учебного материала 1.Место работы. Деловой стиль. 2. Дресс код, знакомство. Лексика: - профессионально-ориентированная лексика; - лексика делового общения. - рассказ о себе. Грамматика: - грамматические конструкции типичные для делового стиля.	2	
Тема № 2 Профессии в рекламе, Место работы.			ПК.1.1

	В том числе практических занятий Практическое занятие 2. Подготовка устного рассказа о себе, навыках и умениях, составление диалогов.	2 2	
Раздел 2. Реклама, Понятие о рекламе. Виды рекламы.		0/10	
Тема 1. Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме.	Содержание учебного материала: 1.Понятие о рекламе, определение, задачи и роль в социуме. 2. Функции, классификация рекламы <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связанны с рекламой деятельностью; - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - страдательный залог --инфinitив - глаголы с окончанием -ing. В том числе практических занятий: Практическое занятие № 3. Подготовка сообщения, дискуссии, презентации "Реклама- за и против" Практическое занятие № 4. Реклама и PR - разбор и активизация в речи терминологии.	4	ПК.1.1, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06
Тема 2. Виды рекламы.	Содержание учебного материала: 1.Печатная реклама и реклама в СМИ. 2. Наружная реклама. 3. Продакт плейсмент 4. Социальная реклама <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связанны с видами рекламы - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - условные предложения --инфinitивные обороты - глаголы с окончанием -ing. В том числе практических занятий Практическое занятие 5. Анализ печатной и наружной рекламы, составление рекламных сообщений для листовок и наружной	6 2 2	ПК.1.1, ОК 01

	рекламы. Практическое занятие 6. Анализ и разбор примеров Продакт плейсмент.	2	
	Практическое занятие 7. Анализ социальной рекламы, разработка рекламных сообщений для социальной рекламы. Сравнение видов рекламы.	2	
Раздел 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.		0/10	
Тема 1. Интернет реклама. Рекламные носители в Интернете.	Содержание учебного материала: 1.Взаимодействие пользователя с рекламой в Интернете. 2.Понятия: баннер, текстовый блок, байрики, interstitials, минисайты, коллажи и тд. 3. E-mail маркетинг; SMM Лексика: - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с рекламой в Интернете - лексика делового общения. Грамматика: - повелительное наклонение - сложные предложения - правила написания электронных писем	4	ПК.1.1, ПК.1.2.
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 8. Интернет как рекламное пространство. Анализ видов рекламных объявлений в Интернете.	3	
	Контрольная работа, тест	1	
Тема 2. Средства продвижения товаров и услуг	Содержание учебного материала: 1. Реклама товаров и услуг, способы продвижение товара, изучение рынка, 4Р 2. Прямой маркетинг, выставки-ярмарки. 3. Брендинг, основные термины имиджевой рекламы. Лексика: - профессионально-ориентированная лексика; - термины, связаны с имиджевой рекламой - лексика делового общения. Грамматика: - инфинитивные обороты с предлогами -сложные предложения	6	ПК.1.2.

	В том числе практических занятий: Практическое занятие № 9. Изучение способов исследования рынка. Подготовка отчета. Практическое занятие № 10. Подготовка описания товара, поста в соц. сетях, информации для выставки, составление диалогов. Практическое занятие № 11. Изучение особенностей имиджевой рекламы на примере разных брендов. Перевод описания товара и слоганов.	6 2 2 2	
	Раздел 4. Рекламной кампании.	0/12	
Тема 1. Разработка рекламной кампании.	Содержание учебного материала: 1. Рекламный бриф. 2. Планирование рекламной кампании, ее этапы. 3. Определение целевой аудитории. <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - Лексика, используемая для написания брифов - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i> - условные предложения 2 и 3 типа, -сложные предложения	6	ПК.1.2
	В том числе практических занятий: Практическое занятие № 12. Чтение рекламных брифов, составление проектов брифов. Практическое занятие № 13. Составление схемы этапов рекламной кампании. Практическое занятие № 14. Изучение и составление портрета целевой аудитории.	6 2 2 2	
Тема 2. Оценка эффективности рекламной кампании	Содержание учебного материала: 1. Анализ рынка. 2. Изучение конкурентов. 3. Оценка эффективности <i>Лексика:</i> - профессионально-ориентированная лексика; - Лексика, используемая для написания аналитических отчетов - лексика делового общения. <i>Грамматика:</i>	6	ПК.1.2., ПК.1.3. ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06

	- сложные предложения - согласование времен		
	В том числе практических занятий:	8	
	Практическое занятие 15 Описание компаний конкурентов по плану.	2	
	Практическое занятие 16. Изучить примеры и дополнить оценку эффективности РК.	2	
	Контрольная работа, тест	2	
Самостоятельная работа		6	
Промежуточная аттестация- дифференцированный зачет			
Всего:		44	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Иностранного языка», оснащенный оборудованием: доской учебной, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами обучения (компьютером, средствами аудиовизуализации, мультимедийным проектором; наглядными пособиями, и т.д.).

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной и основной литературы

Основная:

1. Кузьменкова, Ю. Б. Английский язык (A2–B2): учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. Б. Кузьменкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 412 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09154-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536635>

2. Полубченко, Л. В. Английский язык для колледжей (A2-B2): учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Изволенская, Е. Э. Кожарская ; под редакцией Л. В. Полубченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16355-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540937>

Дополнительная:

1. Белова Н.А. Перевод с английского языка на русский [Электронный ресурс]: практикум для СПО/ Белова Н.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2019.— 107 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>

2. Беликова Е.В. Английский язык [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Беликова Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Научная книга, 2019.— 191 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>

3. Кузнецова Т.С. Английский язык. Устная речь. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Кузнецова Т.С.— Электрон. текстовые данные.— Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019.— 267 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>

4. Краснопёрова Ю.В. Теоретическая грамматика английского языка [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для СПО/ Краснопёрова Ю.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2019.— 75 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>

Интернет – ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - <https://www.biblio-online.ru>

2. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» - <http://www.iprbookshop.ru>

3. Информационно-правовой портал «ГАРАНТ» - <http://www.garant.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>- владение знаниями о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка и умение строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка;</p> <p>- владение знаниями о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка и умение строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка;</p> <p>- достижение порогового уровня владения иностранным языком, позволяющего выпускникам общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения;</p> <p>- сформированность умения перевода с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами в русле выбранного профиля;</p> <p>- владение иностранным языком как одним из средств формирования учебно-исследовательских умений, расширения своих знаний в других предметных областях</p> <p>- овладение основными видами речевой деятельности в рамках тематического содержания речи;</p> <p>- создание устных связных монологических высказываний (описание/характеристика), повествование/сообщение) с изложением своего мнения и краткой аргументацией объемом 14-15 фраз в рамках отобранного тематического содержания речи;</p> <p>- ведение разных видов диалога (в том числе комбинированный) объемом до 9 реплик;</p>	<p>- знание и понимание современной научной и профессиональной терминологии в сфере рекламы;</p> <p>- знание и понимание специфики модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранного сценария;</p> <p>- знание и понимание содержания актуальной нормативно-правовой документации;</p> <p>- умение осуществлять поиск рекламных идей;</p> <p>- умение разрабатывать авторские рекламные проекты;</p> <p>- умение составлять и оформлять тексты рекламных объявлений;</p> <p>- умение планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей</p>	<p>Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <p>1 – на практических занятиях (при решении ситуационных задач, домашних заданий при участии в ролевых деловых играх; при подготовке и участии в собеседованиях, дискуссиях, при подготовке рефератов, докладов, компьютерных презентаций и т.д.)</p> <p>2 – при написании изложений, сочинений, аннотаций, эссе на заданную тему, перевод и резюме курсового и/или дипломного проекта)</p> <p>3 – при проведении контрольных работ, зачетов, ЕГЭ</p> <p>Используемые методы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наблюдение и анализ - наблюдение и оценка - сравнение и обобщение результатов работы учащихся

- устное представление в объеме 14-15 фраз результатов выполненной проектной работы;

- передача основного содержания прочитанного текста с выражением своего отношения;

- восприятие на слух и понимание звучащих до 2,5 минут аутентичных текстов, содержащих отдельные незнакомые слова и неизученные языковые явления, не препятствующие решению коммуникативной задачи, с разной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием основного содержания текстов, с пониманием нужной/интересующей/запрашиваемой информации

- чтение про себя и понимание несложных аутентичных текстов разного вида, жанра и стиля объемом 600-800 слов, содержащих отдельные неизученные языковые явления, с различной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием основного содержания, с пониманием нужной/ интересующей/запрашиваемой информации, с полным пониманием содержания;

- чтение несплошных текстов (таблицы, диаграммы, графики) и понимать представленную в них информацию

- создание письменных высказываний объемом до 180 слов с опорой на план, картинку, таблицу, графики, диаграммы, прочитанный/прослушанный текст;

- заполнение таблицы, кратко фиксируя содержание прочитанного/прослушанного текста или дополняя информацию в таблице;

- написание электронного сообщения личного характера объемом до 140 слов, соблюдая принятый речевой этикет;

- представление результатов выполненной проектной работы объемом до 180 слов

- произношение слов с правильным ударением и фразы с соблюдением их

ритмико-интонационных особенностей, в том числе применять правила отсутствия фразового ударения на служебных словах;

- знание правил чтения и осмысленное чтение вслух аутентичных текстов объемом до 150 слов, построенных в основном на изученном языковом материале, с соблюдением правил чтения и интонации;
- знание и владение орфографическими навыками в отношении изученного лексического материала;
- знание и владение пунктуационными навыками (использование запятой при перечислении, обращении и при выделении вводных слов; апостроф; точку, вопросительный и восклицательный знаки; без точки после заголовка);
- знание правил оформления электронного сообщения личного характера;
- знание и понимание основного значения изученных лексических единиц (слова, словосочетания, речевые клише), основных способов словообразования (аффиксация, словосложение, конверсия) и особенностей структуры простых и сложных предложений и различных коммуникативных типов предложений;
- выявление признаков изученных грамматических и лексических явлений по заданным основаниям;
- знание и владение навыками употребления в устной и письменной речи не менее 1500 лексических единиц (слов, словосочетаний, речевых клише), включая 1350 лексических единиц, освоенных на уровне основного общего образования; навыками употребления родственных слов, образованных с помощью аффиксации, словосложения, конверсии;
- знание и владение навыками распознавания и употребления в устной и письменной речи изученных морфологических форм и

синтаксических конструкций изучаемого иностранного языка в рамках тематического содержания речи в соответствии с решаемой коммуникативной задачей;

- знание и понимание речевых различий в ситуациях официального и неофициального общения в рамках тематического содержания речи и использовать лексико-грамматические средства с учетом этих различий;
- знание и соблюдение норм вежливости в межкультурном общении;
- знание и владение компенсаторными умениями, позволяющими в случае сбоя коммуникации, а также в условиях дефицита языковых средств использовать различные приемы переработки информации: при говорении - переспрос; при говорении и письме - описание/перифраз/толкование; при чтении и аудировании – языковую и контекстуальную догадку;
- знание и использование несколько вариантов решения коммуникативной задачи в продуктивных видах речевой деятельности (говорении и письменной речи);
- знание и владение умениями прогнозировать трудности, которые могут возникнуть при решении коммуникативной задачи в рецептивных и продуктивных видах речевой деятельности;
- участие в учебно-исследовательской, проектной деятельности предметного и межпредметного характера с использованием материалов на изучаемом иностранном языке и применением ИКТ;
- знание и соблюдение правил информационной безопасности в ситуациях повседневной жизни и при работе в сети Интернет;
- знание и умение использовать приобретенные умения и навыки в процессе онлайн обучения иностранному языку;
- знание и умение использовать иноязычные словари и справочники, в

том числе информационно-справочные системы в электронной форме		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>- сформированность умения использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях;</p> <p>- достижение уровня владения иностранным языком, превышающего пороговый, достаточного для делового общения в рамках выбранного профиля;</p> <p>- достижение порогового уровня владения иностранным языком, позволяющего выпускникам общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения;</p> <p>- сформированность умения перевода с иностранного языка на русский при работе с несложными текстами в русле выбранного профиля;</p> <p>- владение иностранным языком как одним из средств формирования учебно-исследовательских умений, расширения своих знаний в других предметных областях</p> <p>- овладение основными видами речевой деятельности в рамках тематического содержания речи;</p> <p>- создание устных связных монологических высказываний (описание/характеристика), повествование/сообщение) с изложением своего мнения и краткой аргументацией объемом 14-15 фраз в рамках отобранного тематического содержания речи;</p> <p>- ведение разных видов диалога (в том числе комбинированный) объемом до 9 реплик;</p> <p>- передача основного содержания прочитанного текста с выражением своего отношения;</p> <p>- восприятие на слух и понимание звучащих до 2,5 минут аутентичных текстов, содержащих отдельные</p>	<p>владеет монологической и диалогической речью (неподготовленное общение с речевым партнером);</p> <p>- читает тексты общекультурного характера;</p> <p>- узнает в письменном и устном тексте,</p> <p>- воспроизводит и употребляет в речи лексические единицы, обслуживающие ситуации общения, в соответствии с коммуникативной задачей.</p>	<p>Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <p>1 – на практических занятиях (при решении ситуационных задач, домашних заданий при участии в ролевых деловых играх; при подготовке и участии в собеседованиях, дискуссиях, при подготовке рефератов, докладов, компьютерных презентаций и т.д.)</p> <p>2 – при написании изложений, сочинений, аннотаций, эссе на заданную тему, перевод и резюме курсового и/или дипломного проекта)</p> <p>3 – при проведении контрольных работ, зачетов, ЕГЭ</p> <p>Используемые методы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наблюдение и анализ - наблюдение и оценка - сравнение и обобщение результатов работы учащихся

незнакомые слова и неизученные языковые явления, не препятствующие решению коммуникативной задачи, с разной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием основного содержания текстов, с пониманием нужной/интересующей/ запрашиваемой информации

- чтение про себя и понимание несложных аутентичных текстов разного вида, жанра и стиля объемом 600-800 слов, содержащих отдельные неизученные языковые явления, с различной глубиной проникновения в их содержание: с пониманием основного содержания, с пониманием нужной/ интересующей/ запрашиваемой информации, с полным пониманием содержания;
- сформированность умения использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях;
- достижение уровня владения иностранным языком, превышающего пороговый, достаточного для делового общения в рамках выбранного профиля;

- чтение несплошных текстов (таблицы, диаграммы, графики) и понимать представленную в них информацию

- создание письменных высказываний объемом до 180 слов с опорой на план, картинку, таблицу, графики, диаграммы, прочитанный/прослуженный текст;
- заполнение таблицы, кратко фиксируя содержание прочитанного/прослуженного текста или дополняя информацию в таблице;
- написание электронного сообщения личного характера объемом до 140 слов, соблюдая принятый речевой этикет;
- произношение слов с правильным ударением и фразы с соблюдением их ритмико-интонационных

особенностей, в том числе применять правила отсутствия фразового ударения на служебных словах;

- знание правил чтения и осмысленное чтение вслух аутентичных текстов объемом до 150 слов, построенных в основном на изученном языковом материале, с соблюдением правил чтения и интонации;
- знание и владение орфографическими навыками в отношении изученного лексического материала;
- знание правил оформления электронного сообщения личного характера;
- знание и понимание основного значения изученных лексических единиц (слова, словосочетания, речевые клише), основных способов словообразования (аффиксация, словосложение, конверсия) и особенностей структуры простых и сложных предложений и различных коммуникативных типов предложений;
- выявление признаков изученных грамматических и лексических явлений по заданным основаниям;
- знание и владение навыками употребления в устной и письменной речи не менее 1500 лексических единиц (слов, словосочетаний, речевых клише), включая 1350 лексических единиц, освоенных на уровне основного общего образования; навыками употребления родственных слов, образованных с помощью аффиксации, словосложения, конверсии;
- знание и владение навыками распознавания и употребления в устной и письменной речи изученных морфологических форм и синтаксических конструкций изучаемого иностранного языка в рамках тематического содержания речи в соответствии с решаемой коммуникативной задачей;
- знание и понимание речевых различий в ситуациях официального и неофициального общения в рамках

тематического содержания речи и использовать лексико-грамматические средства с учетом этих различий;

- знание и соблюдение норм вежливости в межкультурном общении;
- знание и владение компенсаторными умениями, позволяющими в случае сбоя коммуникации, а также в условиях дефицита языковых средств использовать различные приемы переработки информации: при говорении - переспрос; при говорении и письме - описание/перифраз/толкование; при чтении и аудировании – языковую и контекстуальную догадку;
- знание и использование несколько вариантов решения коммуникативной задачи в продуктивных видах речевой деятельности (говорении и письменной речи);
- знание и владение умениями прогнозировать трудности, которые могут возникнуть при решении коммуникативной задачи в рецептивных и продуктивных видах речевой деятельности;
- участие в учебно-исследовательской, проектной деятельности предметного и межпредметного характера с использованием материалов на изучаемом иностранном языке и применением ИКТ;
- знание и соблюдение правил информационной безопасности в ситуациях повседневной жизни и при работе в сети Интернет;
- знание и умение использовать приобретенные умения и навыки в процессе онлайн обучения иностранному языку;
- знание и умение использовать иноязычные словари и справочники, в том числе информационно-справочные системы в электронной форме