МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Волгоградский государственный социально-педагогический университет» Факультет психолого-педагогического и социального образования Кафедра английского языка и методики его преподавания

> Приложение к программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов по дисциплине «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

« 5 » октебра 2016 г.

Волгоград 2016

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

– способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

| Код компе- тенции | Этап базовой подготовки | Этап расширения и углубления подготовки | Этап профессионально- практической подготовки |
|-------------------------|----------------------------|---|--|
| OK-5 | Иностранный язык, | | |
| | Иностранный язык в | | |
| | рекламе и связях с | | |
| | общественностью, | | |
| | Основы теории | | |
| | коммуникации, Русский | | |
| | язык и культура речи, | | |
| | Социология массовых | | |
| | коммуникаций | | |

1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения учебной дисциплины

| № | Разделы дисциплины | Формируемые компетенции | Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть») |
|---|--------------------|----------------------------|---|
| 1 | Реклама | OK-5 | знать: — содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, грамматический материал по теме, краткую и полную схему анализа рекламы; уметь: — читать текст по теме в режиме |

| просмотрового чтения (текет печатной рекламы). Понимать неадаптированный звучащий текет диалогического характера по проблематике раздела. Участвовать в дискуссии «Плюсы и минусы рекламы». Выполиять устный анализ печатной рекламы. Создавать рекламы. Выполиять устный анализ печатной рекламы. Создавать рекламымый текет на иностранном языке; владеть: — техникой литературного перевода на русский язык аутентичных профессионально ориентированных текетов по тематике раздела. Присмами реферирования текета в аспекте ежатого изложения; 3 нать: — сведения о ведущих и/или выдлающихся и успешных брендах отечественного и мирового рыпка, есодержание опорных поизтий раздела, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорных токим форм английского глагола; уметь: — читать опорных текеты в режиме полного попимания, осуществлять ознакомительных источников. Понимать на слух разверпутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «опита бренда». Нодготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средеть. Присмами реферирования текеть в присметы предела подготовки презентации с использованием мультимедийных средеть. Присмами реферирования текеть песеть пресеты проектноготом подготовки презентации с использованием мультимедийных средеть. Присмами предергирования текеть песеть пересты проектноготом подготовки презентации с использованием мультимедийных средеть. | | | | пошюго пошимания и |
|--|---|-------|------|--|
| печатной рекламы и научные статьи о рекламс). Понимать неадаптированный звучащий текст диалогического характера по проблематике раздела. Участвовать в дискуссии «Плюсы и минусы рекламы». Выполнять устный анализ печатной рекламы. Создавать рекламы текст на инострацию замк; владеть: — текникой литературного перевода на русский язык аутентичных профессионально ориентированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения; знать: — оведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, солержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые сдинпцы, псобходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм антлийского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного попимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «пица бренда». Подтотовить и провести проектирезситацирования обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки псиности | | | | полного понимания и |
| статьи о рекламе). Пониматть неадаптированный звучащий текст диалогического характера по проблематике раздела. Участвовать в дискуссии «Плосы и минусы рекламы». Выполнять устный анализ печатной рекламы. Создавать рекламый текст на иностранном языке; владсть: — техликой литературпого перевода на русский язык аутентичных профессионально орисптированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения; валасть: — сведения о ведущих и/или выдающихся и успециых брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический инимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые слипицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух раздернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в лискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проект-презентацию «История одного брепда»; владсть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки ипрементации с использованием мультимедийных средсть. Приемами реферирования текста в аспекте опсенки исенности | | | | 1 \ |
| неадаптированный звучащий текст диалогического характера по проблематике раздела. Участвовать в дискуссии «Плюсы и минусы рекламы». Выполнять устный апализ печатной рекламы. Создавать рекламый текст на иностранном языке; владеть: — техникой литературного перевода на русский язык аутентичных профессиопально орисптированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения; знать: — сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных полятий па иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и сообенности употребления пеличных форм антлийского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью е профессиопалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провест проектпрезситацию «История одного бренда»; ввадсть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презептации с использованием мультимедийных средсть. Присмами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| диалогического характера по проблематике раздела. Участвовать в дискуссии «Плосы и минусы рекламы». Выполнять устный анализ печатной рекламы. Создавать рекламыный текст на ипострациом языкс; владсть: — техникой литературного перевода на русский язык аутентичных профессиопально ориентированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аепекте сжатого изложения; 2 Бренд ОК-5 знать: — сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержаще опорных полятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексический и речевые единицы, пеобходимые для коммуникации в рамках изучасмой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осупествлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лина бренда». Полотоовать и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владсть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средсть. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | 1 / |
| проблематике раздела. Участвовать в дискуссии «Плосы и мипусы рекламы». Выполнять устый апализ печатной рекламы. Создавать рекламый текст на иностранном языке; владеть: — техникой литературного перевода па русский язык аутентичных профессиопально ориентированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения; знать: — ведения о ведущих и/или выдающихся и успенных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорых понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности улотреблепия педичилых форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Попимать на слух разверпутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «инна бренда». Подготовить и провести проект-презептацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | 1 |
| в дискуссии «Плюсы и минусы рекламы». Выполнять уетный анализ печатной рекламы. Создавать рекламый текст на иностранном языке; владсть: — техникой литературного перевода на русский язык аутептичшых профессионально ориентированных текстов по тематике раздела. Присмами реферирования текста в аспекте сжатого изложения; а знать: — сведения о ведуприх и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержанее опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передату даппых понятий на иностранном языке, лексические и речевые сдипищы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтепие дополнительных источников. Попимать на слух разверпутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве клица бренда». Полготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презептации с использованием мультимедийных средств. Присмами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| рекламы». Выполнять устный апализ печатиой рекламы. Создавать рекламный текст на ипостранном языке; владеть: — техникой литературного перевода на русский язык аутептичных профессионально ориентированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения; знать: — сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу дапных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме подного понимания, осуществлять ознакомительное чтепие дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентацию с использованием мультимедийных средств. Присмами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| анализ печатной рекламы. Создавать рекламыний текет па иностранном языке; владеть: — техникой литературного перевода на русский язык аутентичных профессиопально орисптированиых текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспокте сжатого изложения; знать: — сведения о ведущих и/или выдающихся и успештых брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий разледа, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве клица бренда». Подготовить и провести проект-презентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текета а вспекте оцецки ценности | | | | 3 |
| Создавать рекламный текст на иностранном языке; владеть: — техникой литературного перевода на русский язык аутентичных профессионально ориентированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте ежатого изложения; 2 Бренд ОК-5 знать: — сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и сообенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного попимания, осуществлять ознакомительное чтепие дополнительных источников. Понимать из слух развернутые интервью е профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратстии привлечения звезд в качестве «пица бренда». Подготовить и провести проект-презептацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презептации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оцепки центости | | | | - |
| иностранном языкс; владеть: — техникой литературного перевода на русский язык аутептичных профессионально ориентированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения; 2 Бренд ОК-5 — сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рыпка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий па иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лина бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аепекте оценки ценности | | | | - |
| владеть: | | | | _ |
| | | | | 1 |
| на русский язык аугентичных профессионально ориентированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения; 2 Бренд ОК-5 знать: - сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучасмой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: - читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратстии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проект-презентацию «История одного бренда»; владсть: - навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| профессионально ориентированных текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения; ОК-5 Знать: — сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве слица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| текстов по тематике раздела. Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения; 2 Бренд ОК-5 знать: — сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, дексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве слица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| Приемами реферирования текста в аспекте сжатого изложения; 3 нать: — сведения о ведущих и'или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | 1 1 |
| ок-5 Бренд ОК-5 Знать: — сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | = |
| ОК-5 Вренд ОК-5 Знать: — сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передалу дапных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| сведения о ведущих и/или выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | 2 | Бреня | OK-5 | Í TOTAL TOTA |
| выдающихся и успешных брендах отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | Бропд | | |
| отечественного и мирового рынка, содержание опорных понятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервыю с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | • |
| содержание опорных поиятий раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительные чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | • |
| раздела, лексический минимум, обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительных источников. Понимать на слух развернутые интервыо с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | ± ± : |
| обеспечивающий передачу данных понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| понятий на иностранном языке, лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| лексические и речевые единицы, необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | 1 , |
| необходимые для коммуникации в рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | * |
| рамках изучаемой тематики, виды, формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| формы, значения и особенности употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| употребления неличных форм английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| английского глагола; уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | 1 1 |
| уметь: — читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| - читать опорные тексты в режиме полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| полного понимания, осуществлять ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| ознакомительное чтение дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | _ |
| дополнительных источников. Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | , , |
| Понимать на слух развернутые интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| интервью с профессионалами по тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| тематике. Участвовать в дискуссии о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | 7 1 7 |
| о стратегии привлечения звезд в качестве «лица бренда». Подготовить и провести проектпрезентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| качестве «лица бренда». Подготовить и провести проект- презентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| Подготовить и провести проект- презентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| презентацию «История одного бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | = |
| бренда»; владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | |
| владеть: — навыками поиска, отбора и обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | - |
| обработки информации для подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | <u> </u> |
| подготовки презентации с использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | – навыками поиска, отбора и |
| использованием мультимедийных средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | обработки информации для |
| средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | подготовки презентации с |
| средств. Приемами реферирования текста в аспекте оценки ценности | | | | использованием мультимедийных |
| | | | | II |
| солевуащейся в нем информации: | | | | текста в аспекте оценки ценности |
| Содержащенея в пем информации, | | | | содержащейся в нем информации; |

| 3 | Маркетинг | ОК-5 | знать: |
|---|-----------|------|--|
| | P | | – содержание опорных понятий |
| | | | раздела, лексический минимум, |
| | | | обеспечивающий передачу данных |
| | | | понятий на иностранном языке, |
| | | | 1 |
| | | | лексические и речевые единицы, |
| | | | необходимые для коммуникации в |
| | | | рамках изучаемой тематики, |
| | | | лексический репертуар средств, |
| | | | необходимых для представления |
| | | | графически оформленной |
| | | | информации; |
| | | | уметь: |
| | | | – читать учебные и аутентичные |
| | | | тексты публицистического, научно- |
| | | | популярного стиля в |
| | | | ознакомительном и изучающем |
| | | | режиме. Понимать на слух запись |
| | | | дискуссии о маркетинговых |
| | | | стратегиях, интервью с экспертом |
| | | | по торговле, процедуре различных |
| | | | маркетинговых исследований. |
| | | | Осуществлять творческую |
| | | | интерпретацию опорного текста в |
| | | | диалогическом режиме. Проводить |
| | | | презентацию графически |
| | | | оформленной информации. |
| | | | Участвовать в ролевой игрепо |
| | | | анализу потенциальной целевой |
| | | | аудитории и выбору маркетинговой |
| | | | стратегии продвижения нового |
| | | | продукта. Выполнять |
| | | | информационный анализ текста; |
| | | | владеть: |
| | | | – опорными элементами методик |
| | | | маркетингового исследования. |
| | | | Приемами проведения презентации. |
| | | | Схемой информационного анализа |
| | | | профессионально |
| | | | ориентированного текста; |
| L | | | opnoninpobamioro renera, |

Критерии оценивания компетенций

| Код компе- тенции | Пороговый (базовый) уровень | Повышенный (продвинутый) уровень | Высокий (превосходный) уровень | |
|-------------------------|--------------------------------|--|-----------------------------------|--|
| ОК-5 | □демонстрирует | □демонстрирует | □демонстрирует свободное | |
| | базовый уровень | глубокие знания | владение коммуникативными | |
| | знаний об основах | коммуникативных | нормами русского языка, имеет | |
| | устной и | особенностей | опыт взаимодействия на | |
| | письменной | устной и | иностранном языке в решении | |
| | коммуникации на | письменной речи на | профессиональных проблем | |
| | иностранном языке, | русском и | □умеет использовать свои | |

| может передать | иностранном | коммуникативные способности |
|------------------|--------------------|------------------------------|
| профессиональную | языках; □умеет | в устной и письменной формах |
| информацию | использовать | на русском и иностранном |
| коллегам и | основные | языках □владеет иностранным |
| клиентам; □умеет | коммуникативные | языком на уровне контакта с |
| конструктивно | нормы русского и | носителями языка по |
| анализировать | иностранного | профессиональным проблемам; |
| устную и | языков в учебной и | может передать необходимую |
| письменную | профессиональной | информацию коллегам и |
| информацию на | деятельности; | клиентам. |
| русском и | □владеет | |
| иностранном | расширенным | |
| языках; □владеет | набором | |
| коммуникативными | коммуникативных | |
| нормами русского | возможностей | |
| языка, | использования | |
| иностранным | устных и | |
| языком, может | письменных форм | |
| передать | на русском и | |
| профессиональную | иностранном | |
| информацию | языках в | |
| коллегам и | профессиональной | |
| клиентам. | учебной | |
| | деятельности. | |

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

| № | Оценочное средство | Баллы | Оцениваемые компетенции | Семестр |
|----|----------------------|-------|----------------------------|---------|
| 1 | Контрольная работа | 40 | OK-5 | 33 |
| 2 | Опрос | 13 | OK-5 | 33 |
| 3 | Дискуссия | 3 | OK-5 | 33 |
| 4 | Тест | 4 | OK-5 | 33 |
| 5 | Зачет | 40 | OK-5 | 33 |
| 6 | Контрольная работа | 36 | OK-5 | 3л |
| 7 | Опрос | 12 | OK-5 | 3л |
| 8 | Дискуссия | 3 | OK-5 | 3л |
| 9 | Проект | 5 | OK-5 | 3л |
| 10 | Тест | 4 | OK-5 | 3л |
| 11 | Аттестация с оценкой | 40 | OK-5 | 3л |
| 12 | Контрольная работа | 36 | OK-5 | 43 |
| 13 | Опрос | 9 | OK-5 | 43 |
| 14 | Ролевая игра | 6 | OK-5 | 43 |
| 15 | Проект | 5 | OK-5 | 43 |
| 16 | Тест | 4 | OK-5 | 43 |
| 17 | Зачет | 40 | OK-5 | 43 |
| 18 | Контрольная работа | 36 | OK-5 | 4л |
| 19 | Опрос | 9 | OK-5 | 4л |
| 20 | Ролевая игра | 6 | OK-5 | 4л |
| 21 | Проект | 5 | OK-5 | 4л |
| 22 | Тест | 4 | ОК-5 | 4л |

Итоговая оценка по дисциплине определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в течение семестра и период промежуточной аттестации.

Студент, набравший в сумме 60 и менее баллов, получает отметку «незачтено». Студент, набравший 61-100 баллов, получает отметку «зачтено». Оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно» выставляется с учётом требований следующей шкалы:

- «отлично» от 91 до 100 баллов теоретическое содержание курса освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки работы с освоенным материалом, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
- «хорошо» от 76 до 90 баллов теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
- «удовлетворительно» от 61 до 75 баллов теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, но не высокого качества.
- «неудовлетворительно» 60 и менее баллов теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Данный раздел содержит типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Описание каждого оценочного средства содержит методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Перечень оценочных средств, материалы которых представлены в данном разделе:

- 1. Контрольная работа
- 2. Опрос
- 3. Дискуссия
- 4. Тест
- 5. Зачет
- 6. Проект
- 7. Аттестация с оценкой
- 8. Ролевая игра