

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого
Гуманитарный институт

Кафедра английского языка
Кафедра романских и германских языков



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГУМ

Е.В. Торопова

15.05.2017 г.

**ПРАКТИКУМ ПО КУЛЬТУРЕ РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ ПЕРВОГО
ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

Учебный модуль по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика
(профиль «Перевод и переводоведение»)
Рабочая программа

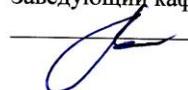
СОГЛАСОВАНО
Начальник учебного отдела
 Н.Г. Федотова
12.05.2017 г.

РАЗРАБОТАЛ
к.ф.н., доцент кафедры АЯ
 Н.В. Водолажченко
05.05.2017 г.

ПРИНЯТО на заседании кафедры АЯ
Протокол №9 от 10.05.2017 г.
Заведующий кафедрой АЯ

 Е.Ф. Жукова

ПРИНЯТО на заседании кафедры РГЯ
Протокол №9 от 10.05.2017 г.
Заведующий кафедрой РГЯ

 Л.А. Иванова

1 Цели и задачи учебного модуля

Цели учебного модуля (УМ) - формирование компетенций студента в области владения автоматизированными навыками устной и письменной речи; выработка произносительных умений и навыков; расширение лингвистического кругозора; изучение языковых характеристик и национально-культурной специфики лексического, семантического, грамматического, прагматического и дискурсивного аспектов устной\ письменной речи, подготовленной\неподготовленной, официальной\неофициальной речи; изучение дискурсивных способов выражения фактуальной, концептуальной и подтекстовой информации в иноязычном тексте, а также обеспечение понимания без перевода на русский язык любого современного публицистического или литературно-художественного текста.

Задачи, решение которых обеспечит достижение цели:

1) общеобразовательные:

формирование у студентов системы практических знаний в области владения устной и письменной речью; выработка произносительных умений и навыков; расширение лингвистического кругозора;

2) развивающие:

развитие навыков анализа и обработки лингвистического материала и актуализация способности студентов работать с традиционными и современными носителями информации, использовать глобальные компьютерные сети и электронные ресурсы для получения лингвистической информации с опорой на положения, изученные в предшествующих модулях «Иностранный язык: практический курс первого иностранного языка», «Практическая грамматика первого иностранного языка» и «Практическая фонетика первого иностранного языка», а также актуализация способности студентов работать с традиционными и современными носителями информации на профессиональном уровне.

3) воспитательные:

стимулирование студентов к самостоятельной деятельности по освоению дисциплины и формированию необходимых компетенций.

2. Место модуля в структуре ОП направления подготовки

Модуль «Практикум по культуре речевого общения первого иностранного языка» относится к вариативной части блока 1 (БП).

Модуль «Практикум по культуре речевого общения первого иностранного языка» представлен тремя учебными элементами и является базовым модулем для параллельного изучения цикла теоретических языковых дисциплин. Сюда входят такие модули как: «Теория первого иностранного языка», «Введение в теорию межкультурной коммуникации» и «Теория перевода».

2 Требования к результатам освоения учебного модуля

Процесс изучения УМ направлен на формирование следующих общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

- владение системой лингвистических знаний, включающей в себя знание основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей функционирования изучаемого иностранного языка, его функциональных разновидностей (ОПК-3);

- владение этическими и нравственными нормами поведения, принятых в инокультурном социуме, готовностью использовать модели социальных ситуаций, типичные сценарии взаимодействия участников межкультурной коммуникации (ОПК-4);
- владение основными дискурсивными способами реализации коммуникативных целей высказывания применительно к особенностям текущего коммуникативного контекста(время, место, цели и условия взаимодействия (ОПК-5);
- владение основными способами выражения семантической, коммуникативной и структурной преемственности между частями высказывания – композиционными элементами текста (введение, основная часть, заключение), сверхфразовыми единствами, предложениями (ОПК-6);
- способность свободно выражать свои мысли, адекватно используя разнообразные языковые средства с целью выделения релевантной информации (ОПК-7);
- владение основными особенностями официального, нейтрального и неофициального регистров общения (ОПК-8);
- готовность преодолевать влияние стереотипов и осуществлять межкультурный диалог в общей и профессиональной сферах общения (ОПК-9);
- способность использовать этикетные формулы в устной и письменной коммуникации (приветствие, прощание, поздравление, извинение, просьба) (ОПК-10);
- способность ориентироваться на рынке труда и занятости в части, касающейся своей профессиональной деятельности (обладает системой навыков экзистенциальной компетенции – изучение рынка труда, составление резюме, проведение собеседования и переговоров с потенциальным работодателем (ОПК-18);
- владение навыками организации групповой и коллективной деятельности для достижения общих целей трудового коллектива (ОПК-19);
- владением методикой подготовки к выполнению перевода, включая поиск информации в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях (ПК-8);

В результате освоения УМ студент должен знать, уметь и владеть:

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Знать	Уметь	Владеть
ОПК-3	повышенный	особенности фонологического, синтаксического, морфологического суперсинтаксического и лексического уровней языка; закономерности функционирования языка и его функциональные разновидности	использовать методы анализа и синтеза при изучении структуры изучаемых языков; проводить самостоятельное исследование проблемы/темы и представлять результаты исследования, творчески использовать знания в профессиональной деятельности	необходимыми интеракционными и контекстными знаниями; стандартными методиками поиска, анализа и обработки языкового материала исследования

ОПК-4	повышенн ый	все этические и нравственные нормы поведения, принятые в инокультурном социуме, модели социальных ситуаций, типичные сценарии взаимодействия	самостоятельно моделировать возможные ситуации общения между представителями различных культур и социумов с соблюдением этических и нравственных норм поведения, а также иметь способность преодолевать влияние стереотипов и адаптироваться к изменяющимся условиям при контакте с представителями различных культур	свободно культурой межличностного общения, навыками анализа и обобщения актуальной социокультурной информации с использованием экстралингвистических знаний, толерантным отношением к межкультурным различиям, готовностью к иноязычному общению в рамках типичных моделей социальных ситуаций с соблюдением этических и нравственных норм поведения, принятых в инокультурном социуме
ОПК-5	повышенн ый	основные дискурсивные способы реализации коммуникативных целей высказывания применительно к особенностям коммуникативного контекста	самостоятельно выбирать дискурсивные способы реализации коммуникативных целей высказывания с опорой на последние когнитивно-дискурсивные исследования в функциональной лингвистике	свободно дискурсивными способами реализации коммуникативных целей высказывания, лингвистической терминологией, навыками самостоятельного анализа с использованием научных лингвистических концепций
ОПК-6	повышен ный	механизм использования основных способов выражения семантической, коммуникативной и структурной преемственности	логически, аргументировано и грамотно выбрать релевантный способ выражения преемственности между частями высказывания	комплексом способов выражения преемственности между частями высказывания в нестандартных языковых ситуациях

		между частями высказывания - композиционными элементами текста (введение, основная часть, заключение), сверхфразовыми единствами, предложениями		
ОПК-7	повышенный	речевые формулы, используемые для выражения собственной позиции, аргументации, отношения к теме разговора, согласия или несогласия с высказываниями других участников коммуникации	выстраивать аргументированные, логически связанные высказывания на иностранном языке	обширным активным вокабуляром, позволяющим выражать свои мысли по разным темам
ОПК-8	повышенный	особенности языковых средств, используемых в текстах для достижения определенных коммуникативных задач; различных выразительных средств и стилистических приемов, четко представлять контекст и ситуации, в которых могут быть использованы те или иные языковые единицы	давать критическую оценку стилистическим языковым явлениям; понимать и анализировать тексты и речевые образцы, относящиеся к различным функциональным стилям языка	комплексом стилистических знаний применительно ко всем видам коммуникативной деятельности в различных сферах
ОПК-9	повышенный	особенности процесса межкультурной коммуникации, стереотипизации в данной сфере коммуникации	прогнозировать развитие ситуаций межкультурного диалога для предупреждения нежелательных последствий стереотипизации для процесса общения	комплексом приемов для успешного ведения межкультурного диалога в общей и профессиональной сферах

ОПК-10	повышенный	речевые формулы, используемые для выражения приветствия, прощания, поздравления, извинения, просьбы; этику и прагматику документного текста и устной коммуникации.	правильно использовать полученные знания на практике, в самостоятельной работе	обширным активным вокабуляром этикетных формул, современными тенденциями развития деловой и приватной коммуникации
ОПК-18	базовый	технологии и способы поиска работы	обрабатывать и анализировать информацию о вакансиях на своем сегменте рынка труда; формировать собственный имидж с целью самопрезентации	приемами контроля вербального и невербального поведения; приемами составления резюме и сопроводительных писем
ОПК-19	базовый	методы и приемы организации групповой и коллективной деятельности, как проявлять инициативное участие в коллективной работе при решении профессиональных задач	самостоятельно выбирать методы и приемы организации групповой и коллективной деятельности, выстраивать стратегию коллективной работы, выступая ее инициатором	навыками организации групповой и коллективной деятельности для достижения общих целей трудового коллектива, инициативного участия в коллективной работе при решении профессиональных задач
ПК-8	базовый	общие принципы составления запросов, применимых для большинства поисковых систем; русские поисковые машины и системы, такие как Alta Vista, HotBot или Northern Light, используемые для поиска в области профессиональных знаний, особенно информации на иностранном языке	использовать различные поисковые системы и Internet	предпереводческим анализом

4 Структура и содержание учебного модуля

4.1 Трудоемкость учебного модуля

для очной формы обучения

Учебная работа (УР)		Распределение по семестрам			Коды
		5 семестр	6 семестр	7 семестр	
Трудоемкость модуля в зачетных единицах (ЗЕТ)	24 ЗЕ	9 ЗЕ	6 ЗЕ	9 ЗЕ	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-8 ОПК-9 ОПК-10 ОПК-18 ОПК-19 ПК-8
Распределение трудоемкости по видам УР в академических часах (АЧ)	864	324	288	324	
Практические занятия, в том числе аудиторная СРС	396 90	144 36	108 18	144 36	
Внеаудиторная СРС, в том числе аттестация	468	144	180	144	
Зачеты		-	ДЗ		
Экзамены	72	36	-	36	

для очно-заочной формы обучения

Учебная работа (УР)		Распределение по семестрам			Коды формир-х компет-й
		4 семестр	5 семестр	6 семестр	
Трудоемкость модуля в зачетных единицах (ЗЕТ)	24 ЗЕ	9 ЗЕ	6 ЗЕ	9 ЗЕ	ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-8 ОПК-9 ОПК-10 ОПК-18 ОПК-19 ПК-8
Распределение трудоемкости по видам УР в академических часах (АЧ)	864	324	216	324	
Практические занятия	220	80	60	80	
Внеаудиторная СРС, в том числе аттестация	644	244	156	244	
Зачеты		-	ДЗ	-	
Экзамены	72	36	-	36	

4.2 Содержание и структура разделов учебного модуля

Учебный модуль «Практикум по культуре речевого общения первого иностранного языка» построен по «горизонтальной» схеме, где все составляющие модуля вносят приблизительно равный и относительно независимый вклад в образовательный результат. Это позволяет обеспечить системный подход к построению модуля, определению его содержания и эффективный контроль усвоения знаний студентами. Каждый учебный элемент модуля состоит из практических аудиторных занятий, аудиторной самостоятельной работы студентов и внеаудиторной самостоятельной работы студентов.

Учитывая специфику учебного модуля «Практикум по культуре речевого общения первого иностранного языка» в **самостоятельную работу** студентов входит два типа подготовки: внеаудиторная СРС (подготовка к текущим аудиторным занятиям): освоение фонетического, лексического и грамматического материала, введенного на аудиторных занятиях под руководством преподавателя; чтение в целях поиска и отбора информации. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и качественном уровне подготовленных заданий. Аудиторная СРС (выполнение дополнительных индивидуальных и групповых заданий, как обязательных, так и по выбору): составление высказываний с обоснованием своей позиции; участие в анализе и обсуждении выступлений других студентов. Аудиторная СРС направлена на углубление и закрепление знаний студента. Результаты этой формы самостоятельной подготовки измеряются в ходе индивидуального собеседования с преподавателем, которые могут быть также дистанционными с использованием средств современных телекоммуникаций. Баллы за специальную самостоятельную подготовку также учитываются при итоговой аттестации по модулю.

Учебный модуль состоит из следующих учебных элементов:

УЭМ 1 - «продвинутый 1» уровень овладения первым иностранным языком

Уровень предполагает достаточное владение лексикой для понимания объемных сложных текстов, знание всех грамматических форм; понимание на слух основной части разговоров, которые ведутся бегло; способность говорить спонтанно в быстром темпе, пользуясь средствами связи и объединения элементов высказывания.

УЭМ 2 – «продвинутый 2» уровень овладения первым иностранным языком

Для уровня характерен большой запас лексики на различную тематику; развиты навыки чтения, письменной и устной речи, возможность применять все грамматические формы; умение грамотно изъясняться на иностранном языке, гибко и эффективно используя язык для общения в научной и профессиональной деятельности; умение создать точное, детальное, хорошо выстроенное сообщение на сложные темы, демонстрируя владение моделями организации текста

УЭМ 3 – «профессиональный» уровень овладения первым иностранным языком

Уровень подразумевает владение разнообразием языковых средств и точностью их употребления в ситуациях профессионального и повседневного общения и характеризуется свободным пониманием сложных в композиционном и языковом отношении художественных текстов и специальной литературы; беглым высказыванием

на сложную тему с утилизацией необходимого языкового инструментария, включающего идиоматические и разговорные выражения.

Английский язык

УЭМ 1

Тема 1 Современная музыка. Музыкальные группы-клоны. Когда я стану знаменитым? Уличное музицирование. Секрет успеха современных музыкантов.

Тема 2 Совершаем покупки. Одежда от лучших дизайнеров. Продаем по Интернету. Реклама и маркетинг. Слишком много реклама? Зарабатываем в цифровой век.

Тема 3 Характер человека. Выбираем кандидата для реалити шоу. Сила извинения. Сладкая месть. Почему мы влюбляемся?

Тема 4 Наука раздвигает границы. Закон Мерфи. Случайные открытия в медицине. Кто будет красив в будущем? Ваше будущее в зеркале.

Тема 5 Экстремальные виды спорта. История бобслея. Разговор с гонщиками. Что такое хороший тренер? Уимбелдон.

Тема 6 Семейные узы. Родительские правила. Влияние детства. Проблемы молодых семей. Что важнее в отпуске: телефон или семья?

Тема 7 Творчество и таланты. Искусство татуажа хной. Компьютерные игры. Искусство будущего. Коллекционирование. Городское искусство.

УЭМ 2

Тема 1 Устраиваемся на работу. Как произвести первое благоприятное впечатление. Работа моей мечты. Раскройте свои таланты. Мотивируем молодых миллионеров.

Тема 2 Путешествия. Покоряем вулканы. Как стать хорошим путешественником? Фото из отпуска. Очаровательные города. Няни для юных авиапассажиров.

Тема 3 Ближе к природе. Бережно ли Вы относитесь к природе? Спасаем африканских больших кошек. Полицейские собаки зарабатывают больше людей. По следу снежного леопарда. Исчезающие виды. Танцы диких пчел.

УЭМ 3

Тема 1 Мозг человека. Самые ранние детские воспоминания. Где расположен разум? Умение концентрироваться. Сила внутреннего мира. Целебная сила смеха. Тренировка для мозгов.

Тема 2 Вопрос времени. Футуристические дома. Хранитель времени. Загадка путешествия во времени. Память наших чувств. Как важно для нас время?

Тема 3 Сила слова. Кто создает биографии знаменитостей? Массаж помогает в учебе. Круглосуточные уроки для прогульщиков. Нажми нужную кнопку. Книжные аннотации. Идиомы, связанные с коммуникацией.

Тема 4 Книги. Бесконечная история. Больше, чем могут выразить слова. Рождение популярной культуры. Подготовка к экзамену. Значение книг. Как рассказать о книге, которую не читал.

Немецкий язык

УЭМ 1

Тема 1 Окружающий мир. Охрана окружающей среды. Актуальность проблемы. Проблема загрязнения воздуха, воды и почвы. Экологические катастрофы, смог, шум, озоновая дыра, радиация. Сортировка мусора в Германии. Виды переработки и уничтожения мусора. Вторичная переработка сырья.

Тема 2 Средства связи и массовой информации. Ведущие теле- и радиокomпании Германии. Виды телепередач. Печать. Свобода СМИ. Печатные информационные издания в Германии. Средства связи, почта, телефон. Кабельное и спутниковое телевидение. Реклама. Понятие рекламы, ее цели. Виды и средства рекламы. Влияние рекламы на сознание потребителей. Язык рекламы.

Тема 3 Объединенная Европа. 3 октября – национальный день объединенной Германии. Влияние других государств на процесс объединения Германии. Место и роль объединенной Германии в европейском сообществе.

Тема 4 Профессиональное обучение. Шансы и возможности. Профессии: преимущества и недостатки. Спрос и предложение на рынке труда. Устройство на работу (резюме, собеседование). Средства коммуникации на рабочем месте. Компьютер: программное обеспечение, обработка данных, интернет. Преимущества и недостатки применения компьютера на рабочем месте. Этика ведения телефонных переговоров. Виды деловых писем, особенности их оформления.

Тема 5 Организация предприятия. Экономические центры Германии. Классификация предприятий. Структура предприятия. Презентация фирмы.

Тема 6 Маркетинг. Понятие «рынок». Виды рынков. Анализ рынка. Роль предприятия на рынке сбыта. Качество товара. «Пиратство». Ярмарки. Выставки. Крупнейшие ярмарки Германии. Специализированные выставки. Участие фирмы в выставке

Тема 7 Организация промышленных продаж. Запрос на фирму. Оформление заказа. Подтверждение заказа. Рекламация. Оплата товара. Виды оплаты. Кредитные карты.

Доставка товара.

УЭМ 2

Тема 1 Организация процесса труда. Понятие «рабочее время». Его разновидности. Современные требования к организации труда.

Тема 2 Внешность. Характер. Темперамент. Описание внешности человека. Внешность и успех. Черты характера. Взаимосвязь характера с внешностью. Воспитание характера. Типы темперамента. Судьба человека и его характер. Современная оценка личности работника на рынке труда. Межличностные отношения в коллективе. Межличностные отношения – основа благоприятного рабочего климата. Социальные роли в коллективе. Типы людей и их взаимоотношения.

Тема 3 Искусство управления. Стиль руководства. Типы руководителей. Современные требования к руководителю. Методы управления.

УЭМ 3

Тема 1 Невербальные средства общения в деловой практике. Жесты и мимика. Повышение делового статуса с помощью невербальных средств. Роль невербальных средств общения при поиске работы.

Тема 2 Коммуникация. Факторы успеха в коммуникации.

Коэффициент эмоционального развития – определяющий фактор профессионального успеха. Способы снятия напряжения. Основы успешной коммуникации. Критика – тормоз контактов. Техника разрешения конфликтов. Конструктивная критика помощник в решении проблем. Проблемы в общении. Переговоры. Подготовка к переговорам. Техника ведения переговоров. Подписание контракта. Неблагоприятные ситуации. Совместные интересы.

Тема 3 Торговля. Виды торговли. Конкурентная борьба за рынки сбыта. Защита прав потребителя. Покупательская способность.

Тема 4 Импорт. Экспорт. Понятие «экспорт». Критерии оценки экспортируемых товаров. Понятие «импорт». Влияние импорта на экономическое развитие страны. Условия ввоза товаров.

Французский язык

УЭМ 1

Тема 1 Система образования во Франции. Начальная школа. Среднее звено. Высшее образование. Выбор учебного заведения. Организация учебного процесса. Необходимость получения высшего образования. Студенческая жизнь. Сравнительный анализ системы образования во Франции и России.

Тема 2 Презентация НовГУ. Презентация ИГУМ. Презентация ФФЛ.

Тема 3 Занятость. Положение на рынке труда во Франции и России. ПрофорIENTATION.

Тема 4 Документы необходимые для трудоустройства. Собеседование при приеме на работу. Мотивация к труду. Планирование карьеры.

Тема 5 Средства массовой информации во Франции и России. Классификация периодических изданий во Франции. Телевидение во Франции. Радио во Франции. Периодика в России. Телевидение в России. Радио в России. Роль СМИ в жизни общества и человека. Будущее СМИ.

Тема 6 Спорт во Франции и России. Виды спорта. Личные качества спортсменов. Спортивные соревнования.

Тема 7 Олимпийское движение. Целесообразность профессионального спорта.

УЭМ 2

Тема 1 Медицина. Симптомы. Диагностика. У врача. Организация медобслуживания во Франции и России. Вредные привычки (курение, наркомания).

Тема 2 Французы и закон. Система правосудия во Франции. Система правосудия в России. Реформа судебной власти. Правосудие и СМИ. Правовое государство.

Тема 3 Научно-технический прогресс. Электробытовая техника. Работа с компьютером. Информатизация общества. Интернет. Традиционные средства связи. Телефон. Деловые звонки. Факс.

УЭМ 3

Тема 1 Наукоемкие технологии на службе человека. ГМО: польза или вред. Пересадка органов: за и против. Исследование космоса.

Тема 2 Национальный менталитет французов. Образ жизни и менталитет. Система жизненных ценностей. Мнение французов о себе. Мнения о французах других народов.

Тема 3 Франкофония. Французский язык в современном мире. Национальное самосознание и язык. Языковая картина мира. Языковая политика Франции. Французский язык в России.

Тема 4 Российско-французские отношения. История отношений между странами. Политическое сотрудничество. Экономическое сотрудничество. Культурное сотрудничество. Города-побратимы Великого Новгорода: Нантер. Города-побратимы Великого Новгорода: Страсбург.

4.3 Организация изучения учебного модуля

Образовательный процесс модуля строится на основе комбинации следующих образовательных технологий.

Интегральную модель образовательного процесса формируют технологии методологического уровня: модульно-рейтинговое обучение, организация самостоятельной работы, информационные технологии, технологии групповой работы, элементы технологии развития «критического мышления», развивающего обучения, исследовательской деятельности.

Реализация данной модели предполагает использование следующих технологий стратегического уровня (задающих организационные формы взаимодействия субъектов образовательного процесса), осуществляемых с использованием определенных тактических процедур:

- практических (индивидуальная работа, работа в группах);
- активизации творческой деятельности (приемы технологии развития критического мышления через чтение и письмо (ТРКМ) – верные и неверные утверждения ("верите ли вы"), ключевые слова, «тонкие» и «толстые» вопросы, «ромашка Блюма», дискуссия, кластер и др.);
- самоуправления (самостоятельная работа студентов) (подготовка сообщений по темам, работа с источниками по темам модуля).

Рекомендуется использование информационных технологий при организации коммуникации со студентами для представления информации, выдачи рекомендаций и консультирования по оперативным вопросам (электронная почта), использование мультимедийных средств для проведения практических занятий.

5 Контроль и оценка качества освоения учебного модуля

Контроль качества освоения магистрантами данного учебного модуля осуществляется непрерывно в течение всего периода обучения с использованием балльно-рейтинговой системы (БРС), являющейся обязательной к использованию всеми структурными подразделениями университета.

Для оценки качества освоения модуля используются формы контроля: текущий – регулярно в течение всего семестра; семестровый – по окончании изучения учебного модуля.

Текущий контроль осуществляется во время выполнения практических аудиторных и внеаудиторных заданий, устных ответов, подготовки сообщений и написания сочинений, тестов и контрольных работ (в зависимости от изучаемого языка).

Семестровый контроль осуществляется посредством суммирования баллов за весь период обучения при условии, что текущий рейтинг по каждому из контрольных мероприятий по данному модулю не ниже уровня успеваемости.

Оценка качества освоения модуля осуществляется с использованием фонда оценочных средств (ФОС), разработанного по всем формам контроля в соответствии с Положением НовГУ «Об организации учебного процесса по образовательным

программам высшего образования» и Положением НовГУ «О фонде оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации студентов и итоговой аттестации выпускников».

Содержание видов контроля и их график отражены в технологической карте учебного модуля (Приложение Б).

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного модуля представлено **Картой учебно-методического обеспечения** (Приложение В)

7. Материально-техническое обеспечение учебного модуля

Материально-техническое обеспечение университета, используемое для преподавания учебного модуля:

10 аудиторий для практических занятий на 10-15-20 мест,

Аудио- и видеооборудование: 3 магнитолы; 3 телевизора; 2 DVD-проигрывателя.

1 компьютерный класс (8 персональных компьютеров); 2 компьютера для преподавателей кафедры для подготовки учебно-методических материалов.

Научная библиотека НовГУ с индивидуальным доступом к электронно-библиотечной системе, современным профессиональным базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, научный читальный зал, общий читальный зал, информационно-образовательный зал библиотеки.

Приложение А
Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля
«Практикум по культуре речевого общения первого иностранного языка»

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ УМ

Аспект	Форма проведения	Задания на аудиторную и внеаудиторную СРС
Говорение	ключевые слова, дебаты, «тонкие» и «толстые» вопросы, «мозговой штурм», работа в группах, кластер, дискуссия, «ромашка Блюма», имитационная игра, деловая игра, кейс-стади, сотрудничество, самостоятельная работа, индивидуальная работа, ИКТ	Подготовка сообщений, составление глоссария по теме, написание сочинения, прослушивание аутентичных аудиозаписей
Чтение	«мозговой штурм», самостоятельная работа, работа в группах, дискуссия, «тонкие» и «толстые» вопросы, сотрудничество, круглый стол, дебаты	Анализ текста, работа с лексикой, выполнение заданий

Важной составной частью учебной аудиторной и самостоятельной работы является широкое применение современных мультимедийных средств, компьютерных технологий, анализа проблемных ситуаций, ролевых игр (симуляций) и других активных и интерактивных методов обучения.

Активными и интерактивными формами обучения в данном модуле могут являться как отдельные упражнения на занятии, так и занятия в целом, аудиторные или самостоятельные, с использованием информационных технологий.

Предусмотрены такие интерактивные формы учебной работы как:

1. работа в парах или группах над решением проблемы;
2. ролевая игра в малых группах;
3. ролевая (деловая) игра с участием всей группы;
4. индивидуальное творческое задание по деловому кейсу;
5. требующие длительной подготовки уроки-дебаты, уроки-дискуссии, круглые столы, где студенты проводят презентации результатов работы над проектом по темам;
6. мультимедийные презентации монологического сообщения, обобщающего материала;
7. тестирование языкового уровня студентов;
8. тренировка лексико-грамматических навыков с использованием компьютерных тестов в компьютерных классах и в онлайн-режиме на сайтах сети Интернет;
9. работа над учебными видеофильмами, выполнение тренировочных и творческих заданий по сюжету.

Методические рекомендации

ГОВОРЕНИЕ

Необходимой предпосылкой для успешного овладения иностранным языком как средством коммуникации является одновременная работа над устной и письменной речью, над чтением и слушанием, учитывающая специфические особенности каждого вида речевой деятельности.

В настоящей программе в основу организации языкового материала, предлагаемого для усвоения в целях овладения речью на иностранном языке, кладется структурно-коммуникативный подход. В качестве основной единицы речи, подлежащей моделированию, в учебных целях принимается так называемая речевая единица, сущность которой заключается в способности служить своего рода мерой информации, передаваемой в процессе речевого общения. С точки зрения составителей программы, речевая единица функционирует в речи в двух разновидностях: в монологической речи она выступает в виде высказывания, в диалогической речи, кроме высказываний, действуют диалогические единства. Структурно-коммуникативный подход к моделированию языка в учебных целях предполагает учет характера обобщенного смыслового содержания речевой единицы и соотносимой с ним структуры как инвариантных признаков речевых единиц, составляющих ее сущность. При структурно-коммуникативном подходе к моделированию языка в учебных целях в качестве модели речевой единицы принимается один из ее конкретных вариантов (речевой образец), являющийся воплощением как вариантных, так и инвариантных признаков этой единицы. Удобство моделирования языка в учебных целях с помощью речевых образцов обусловлено, в частности, тем, что при обучении иностранному языку варианты признаки речевой единицы иногда представляют не меньший интерес, чем ее инвариантные признаки.

Речевые образцы классифицируются по обобщенному смысловому содержанию и структуре моделируемого структурно-коммуникативного типа речевой единицы.

Отбор речевых образцов и их организация проведены в основном в соответствии с принципами коммуникативной ценности отбираемого материала, систематичности и доступности его подачи в учебном процессе.

Учебники по устной практике рассчитаны на развитие навыков устной и письменной речи в результате овладения новыми речевыми образцами, навыками свободного понимания английской речи, текста. В основу учебника положен тематический принцип. В качестве учебных материалов используются оригинальные художественные и общественно-политические тексты. При обучении разговорной речи основное внимание уделяется условно-неподготовленной и неподготовленной речи.

Основной курс состоит из уроков, каждый из которых содержит: речевые образцы и упражнения на их автоматизацию, текст, представляющий собой отрывок из оригинального художественного произведения английского или американского автора либо журнальной статьи, список словосочетаний, подлежащих активизации и упражнения, обеспечивающие закрепление вводимого материала.

Упражнения по обучению речевому общению написаны по единой схеме:

1. Текст информативно-тематического характера и упражнения на развертывание информации.
2. Упражнения коммуникативного характера и клише, сгруппированные по функционально-семантическому признаку.
3. Упражнения дискуссионного характера.

4. Упражнения для коллективного обсуждения, в котором студенты используют речевые клише и тематическую лексику.

В каждом разделе присутствуют задания творческого характера.

ЧТЕНИЕ

Домашнее чтение является существенной частью работы по практике языка и направлено как на развитие речевых навыков студентов (в частности навыков неподготовленной речи), так и на знакомство с оригинальной художественной литературой на языке, выработку умения критически осмысливать содержание и идейную направленность изучаемых произведений.

Чтение, как аспект в рамках модуля «Практикум по культуре речевого общения 1 иностранного языка», кроме чтения художественной литературы включает в себя чтение научной, публицистической и исторической литературы по истории Англии и США, Германии и Франции. Выбор книг как аудиторного, так и внеаудиторного индивидуального чтения обуславливается тесной связью с модулями «Литературно-художественный перевод» и "Теория межкультурной коммуникации". Таким образом, студенты глубже изучают историю, культуру, национальные особенности этих стран.

Приёмы и виды работы по аспекту «Чтение» очень разнообразны, но желательно, чтобы она проводилась по схеме, охватывающей все вышеупомянутые задачи. В начале семестра предложить студентам список рекомендуемой литературы для индивидуального домашнего чтения. Объяснить правила ответа индивидуального чтения, в особенности необходимое количество страниц, которое студенты должны читать в неделю и задания к ним.

К концу пятого семестра студенты должны прочитать 700 страниц, а к концу шестого семестра – 800 страниц неадаптированной литературы индивидуального чтения. К концу седьмого семестра студенты должны прочитать 900 страниц неадаптированной литературы индивидуального чтения.

Преподавателю необходимо выбрать 1 или 2 книги для домашнего чтения и работы в классе. Формы проверки чтения очень многообразны, это и пересказ, и выборочный перевод, и характеристики героев, и социальный фон произведения и т.д. Форма контроля определяется преподавателем в зависимости от уровня знаний студента.

Необходимо также подготовить для студентов методическую разработку по выбранной книге с заданиями по каждой главе. Преподаватель также нацеливает студентов на чтение художественных произведений в индивидуальном порядке и периодически слушает отчёт о прочитанном материале в устной или письменной форме.

Основная литература:

1. Burgess Sally. Gold Advanced Coursebook / Sally Burgess, Amanda Thomas. - England : Pearson Education Limited, 2015. - 207, [1] p
2. Гончарова Е.А. Интерпретация текста. Немецкий язык: учебное пособие для вузов. – М.: Высшая школа, 2005. – 365с.
3. Александровская Е.Б. Le francais. Ru (*В.1 книга вторая, Unites 3,4*) – М.: Нестор Академик, 2009. – 234, [1]с.: ил. + CD-ROM

Дополнительная литература:

1. Восковская А.С. Английский язык для вузов: учебное пособие. – 3-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 349 с.
2. Практикум по деловому языку/ авт. – сост. С.В. Егорова. – Новгород. Гос. Ун-т им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2006. – 51с. – Библиогр.: с.50.
3. Папко М.Л. Французский язык: Практикум по культуре речевого общения: учебник для

вузов. – М.: Дрофа, 2006. – 397, [2]с.

Словари

1. Dictionary of Contemporary English. – Longman, 2003.
2. Merriam-Webster's Collegiate Dictionary, Eleventh Edition, 2003.
3. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / A.S. Hornby. – Oxford: Oxford University Press, 1982. – 509 p.
4. Oxford Dictionary of English / C. Soanes, A. Stevenson. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 2088 p.

Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов по изучению учебного модуля «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации (первый иностранный язык)» предполагает систематические занятия магистрантов по подготовке к аудиторным занятиям в течение всего семестра. Целью данной работы является систематизация и закрепление предлагаемого лексико-грамматического материала, а также выработка навыков его применения в неподготовленной речи. Подготовка к аудиторным занятиям требует значительной самостоятельной работы магистрантов со словарями синонимов и антонимов.

Для проведения текущего контроля предусмотрены устные ответы на вопросы преподавателя по изучаемой тематике, а также написание эссе по актуальным проблемам, связанным с различными аспектами жизни в современном социуме.

Для итогового контроля предлагается написание лексико-грамматического теста, обеспечивающего качественную проверку и оценку знаний магистрантов.

Пример теста для текущего контроля:

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

SECTION 1. LISTENING

I. Listen to the text. Read the statements and circle the best answer to complete each statement.

1. The speaker believes stones, trees, plants, and animals are _____.
a. alive, but not connected; b. not alive, but connected; c. alive and connected
2. The Cherokee people believe _____.
3. The Cherokee people believe that killing the life of a plant is _____ taking the life of an animal.
a. just as serious as; b. not as serious as; c. more serious than
4. When you gather plants, it is better to pick them from _____.
a. the same area; b. a whole patch; c. different spots
5. It is important to let plants grow so _____.
 - future generations can enjoy them;
 - children can gather them;
 - you can have a garden
6. The Third Law says that we do not pollute _____.
a. the Earth; b. our homes; c. our communities
7. It is important not to pour chemicals down the drain because they will _____.
a. wind up in the water;
b. wind up in our community;
c. wind up in our country

SECTION 2. WRITING AND VOCABULARY

I. Correct the mistakes, which have been underlined for you. Suggest a suitable alternative for each one. The first one has been done for you.

Yesterday, I decided to visit my (0) medicine. I've been having (1) aches in the chest. I (2) heat all the time, and then I suddenly (3) cold. I (4) don't have hunger at all and I think I'm (5) thinning. I (6) tire myself easily, as well. Last week I developed a (7) sore neck and could hardly speak. I hoped it would (8) better, but in fact it got (9) worst. The doctor (10) interrogated me and gave me a (11) recipe. "You can get this medicine at the (12) pharmacist's", he said, "Don't worry. You'll soon be (13) alright." I (14) pleased the doctor to give me some (15) advices. "When you feel better, (16) make plenty of

exercise, and you need plenty of (17) open air. You'll be (18) good in no time." I thanked the doctor as the (19) nanny showed me out before leading in the next (20) customer.

II. Match the definitions in the column A with the terms in column B.

- | | |
|--|---------------------------|
| A. | B. |
| 1. available immediately for sale | _____ a. a mark-down |
| 2. sheltered shopping area | _____ b. sales task |
| 3. reduction in price | _____ c. bargain |
| 4. thing acquired on terms advantageous to buyer | _____ d. impulse shopping |
| 5. sudden tendency to buy without reflection | _____ e. out of stock |
| 6. small fee added to the cost of purchases | _____ f. in stock |
| 7. not available immediately for sale | _____ g. shopping spree |
| 8. lively outing with much spending of money | _____ h. shopping mall |

III. Match the shop departments in the column A with the appropriate goods in column B.

- | | |
|-------------------------|--|
| A. | B. |
| 1. knitted wear | _____ a. drawing pin, paper clip, blotting paper |
| 2. haberdashery | _____ b. paperback, post stamp, greeting card |
| 3. china and glassware | _____ c. vacuum cleaner, bulb, dish washer |
| 4. stationery | _____ d. living room suite, cabinet |
| 5. perfumery | _____ e. pendant, silverware, candlestick |
| 6. record department | _____ f. cups, plates, vases, teapots |
| 7. electrical equipment | _____ g. muffler, jersey, mittens |
| 8. newsagent's | _____ h. bric-a-brac, silver bell, "Old Master" |
| 9. furniture shop | _____ i. records, CDs |
| 10. hardware goods | _____ j. scissors, tape, ribbons |
| 11. jeweler's | _____ k. scent, eye-shade, hand cream |
| 12. antique shop | _____ l. knife, screws, watering-can |

IV. Fill in the prepositions or adverbs.

1. _____ dessert they took strawberry ice-cream.
2. In a cafe my friend treated me _____ an ice-cream.
3. There was no fish _____ the menu.
4. He helped himself _____ a large piece of apple pie.
5. The salad consisted _____ sliced meat, sliced tomatoes and lettuce.
6. Will you please pass _____ the sugar.
7. The egg is eaten _____ a small spoon.
8. No sugar _____ me, thank you.

9. The fish is just _____ my liking.
10. Custard is made _____ eggs and milk.
11. The bread was fresh because it had been baked _____ the premises.
12. The bill, including coffee and brandy, came _____ 37 pounds.

SECTION 3. GRAMMAR

I. State the meaning of the modal verb:

a – necessity; b – near certainty; c – asking for permission; d – a bit of advice; e – arrangement [part of a plan]; f – reproach.

- _____ 1. You might have informed us about it yesterday.
- _____ 2. Could I borrow your pencil?
- _____ 3. I had to translate the text yesterday.
- _____ 4. President Bush is to make a speech tomorrow.
- _____ 5. You should take this medicine.
- _____ 6. He must have left the town.
- _____ 7. May I take your book?
- _____ 8. You ought to consult a doctor.

II. Find wrong sentences and circle their number.

1. Mother said that the fish was good.
2. Nick said that he would never come back.
3. Jane asked him what he is doing.
4. She told him that he must sign the document.
5. She thought she can win the race.
6. Tom said that he had seen the film.
7. Father warned Mary not to touch the wire.
8. She said that she got up at 9 o'clock.
9. Mary says that Tom will go there.
10. She was tired of her friends saying her what to do.
11. John believed that he met Maggie there.

12. He asked her who was the owner of that boat.

III. Use the necessary form of the verb in brackets.

1. If you had tried, you could (to translate) _____ the text.
2. Where is Nelly? – She may (to walk) _____ in the park.
3. This text ought (to re-write) _____ at once.
4. Jack must (to be) _____ in the office.
5. She is upset. She must (to miss) _____ the train.
6. Nick should (to arrive) _____ by now.
7. Would you (to like) _____ a cup of coffee?
8. Nick is absent. He must (to fall) _____ ill.

IV. Change the following into indirect speech.

1. Olga said to him, "You had better visit your aunt."

2. He said to Jane, "Where do you live?"

3. Nora said, "It's the most funny comedy I've ever seen."

4. Jane said to him, "Close the window."

5. She said to them, "I haven't read the story."

6. He said to her, "Good morning!"

7. He said, "Let's go to the swimming pool."

8. "What about skating?" she said.

9. Jack said, "I've been learning Spanish for two years."

10. "Could I have a cup of juice?" she said.

11. "You mustn't see her," he told me.

12. "I shall do it," said Nick.

Ключи

SECTION 1. LISTENING

Script:

David Winston (Cherokee medicine priest): Absolutely. We believe everything is alive. In fact, we believe stones are alive, trees are alive, plants are alive, animals are obviously alive. And so us, taking the life of a plant is just as grave a responsibility as taking the life of an animal. And all of those things should be done in a sacred way and in a good way. So for instance, when you go to gather a plant, you don't want to go and say, "Wow, here's a whole patch of plants," and gather them all. You gather a few, and then you gather a few more from another spot, leaving the majority of the plants so they can grow and, you know, continue to provide not only for themselves, but for us, and for our children, and for their children.

DW: The Third Law basically is . . . is that we don't pollute where we live. And, where we live is not just our home, it's not just our intimate small community, it's not just our country. It's this planet, this sacred altar we call the Earth. We don't pour chemical wastes down the drain because they all wind up in the water. So basically we don't pollute the Earth.

1. c, 2. b, 3. a, 4. c, 5. a, 6. a, 7. a.

SECTION 2. WRITING AND VOCABULARY

I. 1) pains, 2) get hot, 3) get hold, 4) am not hungry, 5) getting thin(ner), 6) get tired, 7) sore throat, 8) get better, 9) worse, 10) examined, 11) prescription, 12) chemist's, 13) all right, 14) asked, 15) advice, 16) take, 17) fresh, 18) well, 19) nurse, 20) patient

II.

1. f	5. d
2. h	6. b
3. a	7. e
4. c	8. g

III.

1. g	7. c
------	------

- | | |
|------|-------|
| 2. j | 8. b |
| 3. f | 9. d |
| 4. a | 10. l |
| 5. k | 11. e |
| 6. i | 12. h |

IV.

- | | |
|--------|---------|
| 1. for | 7. with |
| 2. to | 8. for |
| 3. on | 9. to |
| 4. to | 10. of |
| 5. of | 11. on |
| 6. – | 12. to |

SECTION 3. GRAMMAR

I. 1. reproach; 2. asking for permission; 3. necessity; 4. arrangement, part of a plan; 5. a bit of advice;

6. near certainty; 7. asking for permission; 8. a bit of advice

II. №№ 3, 5, 10.

III. **1. could have translated**

2. may be walking

3. ought to be re-written

4. must be

5. must have missed

6. should have arrived

7. like

8. must have fallen

IV.

1) Olga advised him to visit his aunt.

2) He asked Jane where she lived.

3) Nora said that it was the funniest comedy she had ever seen.

4) Jane told him to close the window.

5) She told them that she hadn't read the story.

6) He wished her good morning.

7) He suggested going to the swimming pool.

8) She suggested skating.

9) Jack said he'd been learning Spanish for two years.

10) She asked for a cup of juice.

11) He told me that I mustn't see her.

12) Nick said that he would do it.

Пример контрольной работы.

Немецкий язык

I. HÖRVERSTEHEN

1. Hören Sie den folgenden Beitrag ohne Unterbrechung. Notieren Sie in wenigen

Sätzen, worum es geht.

2. Lesen Sie die folgenden Aussagen. Können Sie bereits nach dem ersten Hören festlegen, welche Aussagen auf der Grundlage des Hörtextes richtig (r), falsch (f) bzw. möglicherweise richtig (r) sind?

- a) Trotz der gesetzlichen Regelung gibt es keine Möglichkeit sich vor der Werbung im Briefkasten zu schützen.
- b) Der Aufkleber „Bitte keine Werbung!“ kann bei allen Behörden kostenlos bezogen werden.
- c) Etwa ein Drittel aller privaten Haushalte lehnt Briefkasteneinwürfe ab.
- d) Die Ablehnung von Briefkasteneinwürfen ist in der Stadt höher als auf dem Land.
- e) Es wird von Jahr zu Jahr mehr für Fernsehwerbung ausgegeben.
- f) Werbung mit Druckschriften ist bedeutend billiger als Anzeigenwerbung in Zeitungen und Zeitschriften.
- g) In den letzten drei Jahren hat die Zahl der Werbebeilagen in Zeitungen und Zeitschriften um 9 % pro Jahr zugenommen.

3. Hören Sie den Text ein zweites Mal, und überprüfen bzw. ergänzen Sie Ihre Antworten!

II. WORTSCHATZ.

I. Finden Sie entsprechend dem Inhalt passende Wörter! Korrigieren Sie die Fehler:

Ein Hersteller hat ein Produkt, das er (1) einkaufen will. Sein (2) Chef sucht eine Agentur, die die Werbung für das Produkt machen (3) will. Zunächst fördert er mehrere Agenturen auf, sich bei seiner Firma um diesen Auftrag zu (4) bemühen. Er gibt diesen Agenturen ein erstes (5) Gespräch, in dem Produkt, Zielgruppe, Marktlage, Konkurrenzsituation und Werbeziel (6) besprochen sind. Er (7) gibt für die Vorschläge allen Agenturen ein gewisses Honorar. Die Agentur, die mit (8) seinen Ideen den Auftrag (9) bekommt, (10) gewinnt den Werbeetat für das Produkt zugesprochen. Von diesem Geld kann sie (11) 50% als Honorar einbehalten. Die Agentur ernennt einen Kontakter, der von jetzt ab für die (12) Arbeit aller mit dem Produkt zusammenhängenden (13) Menschen verantwortlich ist und vor allem den Kontakt zu dem Unternehmen pflegt. Auf der Grundlage der (14) Befragung entwickelt ein Gestaltungsteam ein genaues Gestaltungskonzept. Das Gestaltungskonzept wird der Mediaabteilung gezeigt, die nun ausrechnen muss, welche Medien am (15) teuersten an möglichst viele Leute aus der richtigen Zielgruppe heranbringen.

II. Ordnen Sie den Definitionen jeweils den passenden Begriff zu. Ergänzen Sie bei den Begriffen den Artikel:

A.

1. die Medien, in denen Werbung verbreitet wird (die Zeitung, die Plakatwand, der Hörfunk)
2. die Ausdrucks- und Gestaltungsform von Werbung (das Inserat, das Plakat, der Spot)
3. der Inhalt der Werbeaussage
4. die zur Verfügung stehenden Finanzmittel für die Werbung
5. derjenige, an den sich die Werbung richtet
6. die räumliche Verbreitung der Werbung
7. das Produkt, für das geworben wird
8. das werbende Unternehmen

B.

- ___ a. Werbeträger
- ___ b. Werbebotschaft
- ___ c. Werbungtreibende
- ___ d. Werbebudget
- ___ e. Werbestreuung
- ___ f. Umworbene
- ___ g. Werbeobjekt
- ___ h. Werbemittel

III. Was bedeuten folgende Euphemismen? Ordnen Sie zu!

A.

1. Senioren
2. Triebwerk
3. finale Rettungsschuss
4. sozial Schwache
5. Lernbehinderte
6. Hairstylisten
7. Sonderschule
8. Seniorenheime
9. Glaskosmetiker
10. der verdiente Ruhestand

B.

- ___ a. Altersheime
- ___ b. der Motor in einem neuen Auto
- ___ c. Friseur
- ___ d. die Rente
- ___ e. Augenarzt
- ___ f. die Hilfsschule
- ___ g. die Dummen
- ___ h. die Armen
- ___ i. der gezielte Todesschuss
- ___ j. alte Menschen

IV. Tragen Sie die fehlenden Präpositionen oder Adverbien ein!

13. Als sparsame Hausfrau ärgere ich mich _____ die Reklame.

14. Im Fernsehen wird _____ Reklame gemacht.

15. _____ unseriöse Werbung entstehen viele Schäden.

16. Die Möglichkeiten des Preisvergleichs werden _____ genützt.

17. Vielleicht haben Sie _____ Ihrer Kritik recht.

18. Welche Hausfrau hat schon Zeit, _____ alle Geschäfte zu gehen?

19. Die Werbung mit billigen Preisen ist oft nur _____ .

20. Der Gesetzentwurf verlangt Gewichte _____ Lebensmittel.

21. Damit komme ich _____ Ihr Urlaubsbeispiel zurück.

22. Ich habe schon dar _____ hingewiesen, dass wir den Kunden sehr wichtige Informationen geben.

III. GRAMMATIK

I. Vervollständigen Sie die folgenden Sätze mit „dass“, „damit“ oder „um...zu“:

1. _____ der Kunde einen Kühlschrank kauft, muss man ihm klarmachen, 2. _____ er mit einem Kühlschrank Sicherheit kauft.

Die Sicherheit, 3. _____ er niemals hunger muss.

Der Kunde muss glauben, 4. _____ ein neues, stärkeres Auto ihm selbst Kraft und Ansehen gibt, 5. _____ alle zwei Jahre ein neues Auto zu kaufen.

6. _____ der Kunde teure Seife kauft, muss man ihn überzeugen, 7. _____ die Seife ihn schön macht.

Wein hat eine Verbindung zu Fest und Familie.

8. _____ Wein zu kaufen, muss der Kunde glauben, er erwirbt damit familiäres Zusammensein und Glück.

Und 9. _____ möglichst viele Zigarren und Zigaretten geraucht werden, muss man natürlich die Männlichkeit des Rauchens betonen.

In einem Satz: 10. _____ den Verbrauch zu steigern, verkaufe man Gefühle und Wünsche, aber nicht einfach Waren.

13. John believed that he met Maggie there.

14. He asked her who was the owner of that boat.

II. Gebrauchen sie das Verb in der passenden grammatischen Form:

9. Die Schönheit als immer noch stärkste Waffe der Frau (a)_____ heute nicht mehr als besonderes Geschenk der Natur (b)_____, als schicksalhaft (c)_____, sondern als Markenartikel, der, in jedem Kaufhaus erhältlich, allen Frauen zur Verfügung (d)_____, wenn sie nur guten Willens (e)_____.(ansehen, geben, stehen, sein)

10. Die Angst, den Erwartungen nicht zu (f)_____, nicht (g)_____ zu (h)_____, (i)_____ die Frau zu einem hilflosen Objekt gesellschaftlicher Ausbeutung, dem seine Verfügbarkeit noch ideologisch schmackhaft (j)_____ (k)_____.(genügen, mithalten, können, machen, machen)

I. HÖRVERSTEHEN

Script:

"Bitte keine Werbung!"

Haben Sie auch so einen kleinen Zettel am Hausbriefkasten: „Bitte keine Werbung“? Vielleicht fühlen Sie sich ja genügend informiert, oder vielleicht halten Sie das für einen Beitrag zum Umweltschutz, damit nicht soviel Papier bedruckt und anschließend gleich wieder weggeworfen wird. Unter Umständen hat man nicht mal einen Blick draufgeworfen. Wenn dem so sein sollte, dann müssen Sie jetzt der bitteren Wahrheit ein Ohr schenken: Es hilft nichts! Die Werbemuffel können die Werbeflut nicht aufhalten. Hroswitha Röhrich ist der Sache nachgegangen:

Manche Leute sind offenbar überhaupt nicht neugierig zu erfahren, wann ihr Supermarkt wieder Sonderangebote bereithält, wann es die rechte Zeit ist, um Balkon oder Garten zu bepflanzen, oder ob um die Ecke ein neuer Kosmetiksalon eröffnet hat. Sie verzieren ihren Briefkasten mit dem Aufkleber "Bitte keine Werbung einwerfen". Die Plaketten können kostenlos bei den Verbraucherverbänden bezogen werden. Und die Unternehmen, die die unadressierte Werbung verteilen lassen, müssen die Aufforderung ernst nehmen. Sie sind gehalten, ihre Hausfrauen und Schüler, die meistens derartige Werbung von Haus zu Haus tragen, dahingehend zu informieren, dass die Aufkleber verbindlich sind. So das Urteil des Bundesgerichtshofs Ende 1988.

Wie weit sind diese Aufkleber verbreitet? Untersuchungen des Deutschen Direktmarketing-Verbandes in Wiesbaden haben ergeben, dass im Durchschnitt drei bis vier Prozent aller privaten Haushalte die Briefkasteneinwürfe ablehnen. Das schwankt je nach der Bevölkerungsstruktur. In ländlichen Gebieten ist man für derartige Informationen recht dankbar, in städtischen Gebieten, in denen man sich auch direkt informieren kann, liegt die Ablehnung bei bis zu 10 Prozent.

Haben die Aufkleber nun irgendeine Wirkung auf die Menge der Werbezettel gehabt? Es sieht nicht so aus. Schaut man sich die Produktionsstruktur der Druckindustrie an, so nimmt gerade der Bereich Werbedrucke von Jahr zu Jahr zu. Auch die Fernsehwerbung hat der gedruckten Werbung bisher nicht das Wasser abgraben können. Der Bundesverband Druck in Wiesbaden erwartet, dass die Werbung mit Druckschriften weiterhin stärker zunehmen wird als die Anzeigenwerbung in Zeitungen und Zeitschriften, die ja auch ungleich teurer ist. Bereits in den letzten drei Jahren hat die Zahl der Kataloge und Werbedrucke jedes Jahr um neun Prozent zugelegt. Dazu gehören sowohl die Werbebeilagen in Zeitungen, Zeitschriften und Anzeigenblättern als auch die Werbesendungen, die von der Bundespost und privaten Unternehmen verteilt werden.

1. Es geht um die Werbung. Die Einwohner, die ihren Briefkasten mit dem Aufkleber „Bitte keine Werbung einwerfen“ verzieren, möchten keine Werbung bekommen.
2. a) f, b) r, c) f, d) r, e) r, f) f, g) r

II. WORTSCHATZ

- I.** 1) verkaufen, 2) Werbeleiter, 3) soll, 4) bewerben, 5) Briefing, 6) beschrieben, 7) verspricht, 8) ihren, 9) gewinnt, 10) bekommt, 11) 15, 12) Koordination, 13) Aufgaben, 14) Marktforschungsergebnisse, 15) preisg[nstigsten]

II.

- | | |
|-----------|---------------|
| 1. h, das | 5. f, der/die |
| 2. a, der | 6. e, die |
| 3. b, die | 7. g, das |
| 4. d, das | 8. c, der/die |

III.

- | | |
|------|-------|
| 1. j | 7. f |
| 2. b | 8. a |
| 3. i | 9. e |
| 4. h | 10. d |
| 5. g | |
| 6. c | |

IV.

- | | |
|------------------|----------------|
| 1. über | 7. irreführend |
| 2. verführerisch | 8. für |
| 3. durch | 9. auf |
| 4. wenig | 10. auf |
| 5. mit | |
| 6. durch | |

III. GRAMMATIK

I. 1. damit; 2. dass; 3. dass; 4. dass; 5. um; 6. damit; 7. dass; 8. um; 9. damit; 10. Um

II. a) wird, b) angesehen, c) gegeben, d) steht, e) sind, f) genügen, g) mithalten, h) können,
i) machen, j) gemacht, k) wird

Пример билета для итогового контроля УЭМ 1 Английский язык

1. Read the underlined passage aloud;
2. Translate the marked passage;
3. Analyse the suggested text;
4. Speak about tribute bands. Are they generally as good as the groups they imitate? Have you been to a concert of some tribute band? Illustrate your statement with some examples.

The very fervour of her protections warped her judgments. But she was loyal and liberal; her small eager hand was ever against the oppressions of academic and commercial opinion, and though her income was considerable, her bank balance was often a minus quantity.

She had come to Paddington Station heated in her soul by a visit to Eric Cobbley. A miserable Gallery had refused to let that straight-haired genius have his one-man show after all. Its impudent manager, after visiting his studio, had expressed the opinion that it would only be a "one-horse show from the selling point of view." This crowning example of commercial cowardice towards her favourite lame duck – and he so hard up, with a wife and two children, that he had caused her account to be overdrawn – was still making the blood glow in her small, resolute face, and her red gold hair to shine more than ever. She gave her father a hug, and got into a cab with him, having as many fish to fry with him as he with her. It became at once a question which would fry them first.

Jolyon had reached the words: "My dear, I want you to come with me," when, glancing at her face, he perceived by her blue eyes moving from side to side – like the tail of a preoccupied cat – that she was attending.

"Dad, is it true that I absolutely can't get at any of my money?"

"Only the income, fortunately, my love."

"How perfectly beastly! Can't it be done somehow? There must be a way. I know I could buy a small Gallery for ten thousand pounds."

"A small Gallery," murmured Jolyon, "seems a modest desire. But your grandfather foresaw it."

"I think," cried June vigorously, "that all this care about money is awful, when there's so much genius in the world simply crushed out for want of a little. I shall never marry and have children; why shouldn't I be able to do some good instead of having it all tied up in case of things which will never come off?"

"Our name is Forsyte, my dear," replied Jolyon in the ironical voice to which her impetuous daughter had never quite grown accustomed; "and Forsytes, you know, are people who so settle their property that their grandchildren, in case they should die before their parents, have to make wills leaving the property that will only come to themselves when their parents die. Do you follow that? Nor do I, but it's a fact, anyway; we live by the principle that so long as there is a possibility of keeping wealth in the family it must not go out; if you die unmarried, your money goes to Jolly and Holly and their children if they marry. Isn't it pleasant to know that whatever you do you can none of you be destitute?"

"But can't I borrow the money?"

Jolyon shook his head. "You could rent a Gallery, no doubt, if you could manage it out of your income."

June uttered a contemptuous sound.

"Yes; and have no income left to help anybody with."

"My dear child," murmured Jolyon, "wouldn't it come to the same thing?"

"NO," said June shrewdly. "I could buy for ten thousand; that would only be four hundred a year. But I should have to pay a thousand a year rent, and that would only leave me five hundred. If I had that Gallery, Dad, think what I could do. I could make Eric Cobbley's

name in no time, and ever so many others.”

“Names worth making make themselves in time.”

“When they’re dead.”

“Did you ever know anybody living, my dear, improved by having his name made?”

“Yes, you,” said June, pressing his arm.

Jolyon started. ‘I? ‘ he thought. ‘Oh! Ah! Now she’s going to ask me to do something. We take it out, we Forsytes, each in our different ways.’

June came closer to him in the cab.

“Darling,” she said, “*you* buy the Gallery, and I’ll pay you four hundred a year for it. Then neither of us will be any the worse off. Besides, it’s a splendid investment.”

Jolyon wriggled. “Don’t you think,” he said, “that for an artist to buy a Gallery is a bit dubious? Besides, ten thousand pounds is a lump, and I’m not a commercial character.”

Немецкий язык

Prüfungskarte Nr. 1

1. Lesen Sie den Text „Irreführende Werbung“

2. Äußern Sie sich ausführlich zum Gelesenen.

3. Lesen Sie den markierten Absatz phonetisch richtig vor und übersetzen Sie ihn ins Russische!

4. Äußern Sie sich spontan zu dem Ihnen vorgelegten Gesprächsthema: Halten Sie Wort oder Bild bei der Reklame für wichtiger? Warum? Welche Gefahren bringt es mit sich wenn der Verbraucher ständig der Werbung ausgesetzt ist?

Spiegel

10. Mai 2011, 18:34 Uhr

Irreführende Werbung

Verbraucher reichen Tausende Beschwerden ein

Verwirrende Formulierungen, falsche Angaben, versteckte Klauseln: Wettbewerbschützer beklagen eine Zunahme von Werbung, mit der Konsumenten in die Irre geführt werden. Die Vergehen reichen von kleinen Flunkereien bis hin zu vorsätzlicher Verbrauchertäuschung.

Bad Homburg - Wie lang ist lebenslang? Darüber streiten sich der Autohersteller Opel und die Zentrale zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs. Grund ist eine Werbekampagne des Autobauers, in der er eine "lebenslange Garantie" beim Kauf eines Fahrzeugs anbietet. Während die Wettbewerbschützer der Meinung sind, dass lebenslang auch lebenslang heißen müsse, definiert Opel diese Zeitspanne anders: Die Garantie beziehe sich nicht auf ein Menschenleben, sondern reiche für etwa 15 Jahre und damit für "ein normales Autoleben".

Für die Zentrale zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs, ein Verein, dem über tausend Unternehmen und Verbände angehören, ein klarer Fall von irreführender Werbung. Das Selbstkontrollgremium hat deshalb Klage beim Landgericht Darmstadt eingereicht. "Für uns ist

lebenslang lebenslang, ohne Begrenzung", erklärte Reiner Münker, geschäftsführendes Präsidiumsmitglied der Wettbewerbszentrale.

Der Streit mit Opel ist kein Einzelfall. Die Wettbewerbshüter verzeichnen eine Zunahme der Beschwerden über irreführende Werbung. Laut Münker sind im vergangenen Jahr rund 14.000 Beschwerden quer durch alle Branchen bei den Wettbewerbshütern in Bad Homburg eingegangen. Während die Zahl der unerlaubten Telefonanrufe seit der neuen Gesetzgebung 2008 um fast ein Viertel zurückgegangen sei, sei die Zahl der Beschwerden wegen irreführender Werbung 2010 um fünf Prozent auf 6500 gestiegen.

"Die Unternehmen kämpfen alle um die Kunden, und das geht über Qualität, Preis, Herkunft und Umweltargumente", sagte Münker. Dabei werde der Verbraucher hin und wieder an der Nase herumgeführt. So werde Importware aus Fernost als "Made in Germany" verkauft, angebliche Exklusivangebote eines Reiseveranstalters für Leser einer bestimmten Zeitschrift sind für Jedermann im Internet buchbar oder Preisgarantien von Stromanbietern verschweigen die tatsächliche Kostenentwicklung.

Konkurrenz schwärzt an

Konsumenten wollen aus Umweltgründen immer öfter regionale Produkte kaufen. Die Wettbewerbshüter raten zur Vorsicht: "Manche Hersteller und Händler bewerben ihre Produkte mit Herkunftsangaben, die tatsächlich nicht zutreffen", sagte Münker. So klage die Wettbewerbszentrale derzeit wegen einer Plakataktion, in der Fruchtsäfte unter der Bezeichnung "Heimische Früchte" beworben wurden. Die Früchte stammten jedoch nicht nur aus der Region, sondern auch aus Österreich und Mittelamerika. Ein weiterer Fall: Ein "namhafter Discounter" werbe mit dem Slogan "Kurze Lieferwege für die Umwelt" für seine Backwaren." Das nächstgelegene Supermarktregal lag nach Angaben der Wettbewerbshüter 135 Kilometer vom Backbetrieb entfernt.

Laut Münker bemerken Verbraucher die falschen Angaben der Werbung oft gar nicht - viele Beschwerden kommen von Konkurrenzunternehmen. Etwa im Fall eines süddeutschen Bekleidungsunternehmens, das Pullover mit einem Cashmere-Anteil von 100 Prozent bewarb - obwohl der Anteil der edlen Wolle nur 30 Prozent betrug.

Die Wettbewerbszentrale prüft alle eingehenden Beschwerden und einigt sich nach eigenen Angaben in 80 Prozent der Fälle außergerichtlich mit den betroffenen Unternehmen. Klappt das nicht, reicht sie als gemeinnützige Organisation von mehr als 1200 Unternehmen und über 600 Kammern und Verbänden Wettbewerbsklage ein. Knapp 90 Prozent der Verfahren habe man bisher ganz oder teilweise gewinnen können, sagte Münker.

"Wir wollen, dass der Verbraucher eine informierte Entscheidung treffen kann und nicht in die Irre geführt wird", betonte Münker. Das sei auch im Interesse der Industrie: "Unternehmen müssen sich das Verbrauchervertrauen tagtäglich erkämpfen. Das sollte nicht aufs Spiel gesetzt werden."

Примерные темы сочинений

Английский язык

1. Your school is raising funds by showing family films at weekends. You took your young cousin to see a film there last weekend, but were disappointed. Read the advertisement, the review and your notes. Write a letter to the school outlining the reasons why you were disappointed, your cousin's reaction to the film, and suggesting what should be done.
2. Your school is planning a musical concert to give students the chance to perform in public and raise money for school funds. Information about the concert has been published on the school website, with a request for comments and suggestions. You decide to write to the Principal, outline your reactions to the concert and make suggestions with your reasons.
3. You are studying in Canada and recently attended a concert by the group Fairplay. However, you were disappointed by the concert and decide to write to its organizers.
4. You recently tried to sell an old camera on an internet auction site, but had some problems. You want to share your experiences with a friend. Write to a friend, explaining what happened, what you did about it, how it affected you and advising your friend about using auction sites in the future.
5. Your school wants to help its students prepare themselves better for job interviews by helping them to become more aware of things to do or not to do to make a good first impression. The Principal has asked you to draw up an information sheet that he can display on the careers notice board which will help students.
6. Your local tourist office has asked you to contribute to an information sheet for visitors to your country. The purpose of this information sheet is to inform visitors about the main public holidays that occur throughout the year.
7. An international magazine for young people has asked readers to send in articles on the topic of 'Computer games – a complete waste of time and money'. Write an article supporting or disagreeing with the statement.
8. Do you love computer games or hate them? Whatever your point of view, you are not alone! Such games tend to bring about extreme reactions in people, and there is little middle ground. Why is this? Let's find out.
9. You are studying at a college in the UK and recently attended a science conference. You have now decided to write an article about the conference for your college magazine.
10. The sports centre you attend is concerned that it is not attracting enough young people to join in with competitive sports. You have been asked to write a report for the management committee detailing why members are not taking part in competitive sports and providing suggestions for encouraging students to do so.

Немецкий язык

1. Особенности восприятия критики.
2. Установление деловых контактов.
3. Стратегия ведения переговоров.
4. Честная конкуренция на современных рынках сбыта.
5. Торговля — двигатель прогресса?
6. Покупательская способность населения в период экономического кризиса
7. Особенности жестикюляции и мимики известных политических деятелей России и Германии.
8. Национальные особенности жестикюляции.
9. Жестикюляция и мимика в профессиональной деятельности переводчика
10. Искусство управления трудовым коллективом.
11. Стиль руководства в корпоративной культуре.
12. Истории успеха (на примере выдающихся руководителей крупных компаний).
13. Проблема эффективности использования рабочего времени.
14. Право на труд и право на отдых.

15. Фрилансер на современном рынке труда.
16. Лейпциг и Ганновер — крупнейшие выставочные центры Германии.
17. Критерии оценки качества продукции.
18. Проблема занятости в Германии.
19. Иностранная рабочая сила на рынке труда.

Примерные темы сообщений:

Английский язык

1. Speak about your favourite pop or rock group.
2. Speak about any concert you have recently attended.
3. Tell us about some well-known composer.
4. Speak about your favourite singer. What makes him so special, in your opinion?
5. Speak about the history of some prestigious music awards.
6. Dwell on the origins of any well-known brand.
7. Advertise any household item.
8. In your opinion, which department store in your home town offers the best range of items? Why do you prefer shopping there?
9. Do you believe in coincidences of any kind? Tell us about your personal experience.
10. Give advice to a hot-tempered friend. Suggest some ways of controlling emotions.

Немецкий язык

1. История самых известных предприятий Германии.
2. Крупнейшие центры экономического развития Германии.
3. Экономическое сотрудничество Германии с Россией.
4. schreibung einer Person:
5. Farbe und Art der Haut und des Gesichts
6. Farbe und Art des Haares
7. Gestalt
8. Bewegung
9. Kleidung
10. Erscheinungsformen bzw. Verhaltensweise, die meist zugleich einen seelischen Zustand zeigt
11. Erscheinungsweise bzw. Verhaltensweise, die meist eine innere Qualität ausdrückt
12. Charaktereigenschaften und Verhaltensweisen
13. Physiognomie
14. Charakter müsste man haben- bloЯ welchen?
15. Zusammenhang zwischen dem DuЯeren und dem Charakter eines Menschen.
16. Charakter als eine soziale Erscheinung.
17. Unser Charakter hдngt von uns selbst ab.
18. Menschentypen.
19. Positive und negative Charakterzўge.
20. Die Erziehung und Beeinflussung des Charakters.
21. Wir werden das, was wir aus uns selbst machen.
22. Ein Mensch, der keine Fehler macht, macht im allgemeinen nichts.
23. Oskar Schindler.
24. Henry Ford.
25. Beschreibung eines Fotos.
26. Was ist ein Kўnstler?
27. Экспортная политика России.
28. Экспортная политика Германии.
29. Импорт как фактор влияния на развитие экономики страны

Примерные вопросы для устного ответа:

Английский язык

1. Would you be happy to live without music?
2. Should musicians be paid more than people doing other types of work?
3. Why do you think tribute bands are popular?
4. Would you like to busk?
5. Can you play a musical instrument?
6. What kind of film do you think is suitable for a family audience?
7. Are you a spender or a saver by nature?
8. What kinds of things are worth saving up to?
9. What types of fund-raising events do you think are most effective?
10. Would you ever use an online auction facilitator? Are you influenced by the media when you buy consumer goods?
11. Do you think that advertising gives a consumer more or less choice?
12. Think of your least favourite advertisement. Why do you dislike it?
13. What disadvantages might there be in changing your name?
14. In which situations would you apologize?
15. What do you think of science? Is it interesting or boring?
16. Is science a popular subject at school?
17. Was life easier or more difficult without gadgets?
18. What's the best age for children to start studying science at school?
19. What medical researches will be made in future?
20. Are you a positive thinker or a counterfactual thinker?
21. What is the difference between watching sport on TV and watching it live in a stadium?
22. Should children be encouraged to take part in competitive sports?
23. Why do you think some sportsmen are so driven to win?
24. What advantages might there be in living with a grandparent?
25. Is it better to live in a large or a small family?
26. Should music just be something we listen to, or should we also make music? Why?
27. Which would you rather listen to: live music or recorded music? Why?
28. Do you like hearing background music in shops and restaurants? Why? Why not?
29. Do you find street busking acceptable? Why? Why not?
30. How do you think the music business has changed over the last decade?
31. Do you think the quality of films nowadays is improving or getting worse?
32. Whose responsibility do you think it is to monitor the films young children see?
33. Do you think it is important to give money to charity?
34. Do you agree that there is too much advertising nowadays? Why? Why not?
35. Do you like your name? Why? Why not?
36. How do you think someone can make a good impression on your parents?
37. What effects can body language have on communication? How can it cause misunderstandings?
38. Do you think everyone should study science?
39. Do you think we depend on science too much nowadays?
40. If you were a politician, what changes would you like to introduce to the way we live nowadays?
41. How can we get more young people interested in following a career in science?
42. Do you think that scientists should interfere with the genetics of plants and animals?
43. What do you think have been the most significant medical discoveries in history?
44. Are there any disadvantages in sport?
45. Do you think that major international sporting events have any real value?

Немецкий язык

1. Der Europäische Binnenmarkt bietet für alle EU – Bürger die Möglichkeit zur freien Wahl der Wohnung und des Arbeitsplatzes. Erläutern Sie bitte, in welchen Berufen die Beschäftigungschancen gut sind und welche persönlichen und beruflichen Anforderungen Sie erfüllen müssen, um im europäischen Ausland einen guten Arbeitsplatz zu erhalten?
2. Aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Situation Ihrer Firma ist Ihr Arbeitsplatz von Kurzarbeit bedroht. Deshalb entschließen Sie sich zu einem Berufsberatungsgespräch beim Arbeitsamt! Erläutern Sie bitte, welche Informationen für den Arbeitsberater wichtig sind und wie Sie sich selbst in diesem Gespräch präsentieren sollten!
3. Man hat Sie als Experten eingeladen, einen Kurzvortrag zum Thema „Wie die Werbung abläuft“ zu halten. Erklären Sie bitte Ihrem Publikum welche Aufgaben der Werbung von besonderer Bedeutung sind und warum!
4. Stellen Sie bitte kurz dar, in welche Zweige sich die Wirtschaft eines Landes einteilen lässt. Was ist für einzelne Zweige charakteristisch? Nennen Sie für die Wirtschaftszweige konkrete Beispiele deutscher Unternehmen!
5. Die große Karriere zu machen ist der Traum von vielen. Wie sieht die Zukunft der Arbeit aus? Erläutern Sie, auf welche Weise man sich selbst motivieren kann und welchen von den neuen Jobs in Deutschland würden Sie bevorzugen?
6. Am Anfang des 21. Jahrhunderts hat die technische Revolution auch das Arbeitsleben erfasst. Erläutern Sie was sich durch die Computerisierung des Arbeitsplatzes verändert? Wie beeinflusst dieser Prozess das „Bruttosozialprodukt“? Wie bewerten Sie diesen Prozess?
7. Sie haben im Lotto viel Geld gewonnen! Sie dürfen aber dieses Geld nur investieren und unbedingt in Deutschland, sonst kriegen Sie kein Geld! Was machen Sie? Wovon hängt Ihre Entscheidung ab?
8. Beschreiben Sie bitte die vorgeschlagene Grafik!
9. Halten Sie Wort oder Bild bei der Reklame für wichtiger? Warum? Welche Gefahren bringt es mit sich wenn der Verbraucher ständig der Werbung ausgesetzt ist?
10. 1950 arbeitete man in Deutschland durchschnittlich 48 Stunden pro Woche. Gibt es auch in Russland den Trend zu kürzeren Wochenarbeitszeiten? Wie können die Gewerkschaften die Situation beeinflussen?
11. Wenn die Deutschen arbeitslos sind, wovon leben sie? Wie kann die Zeitarbeitsagentur ihnen helfen?
12. Analysieren Sie bitte eine vorgeschlagene Werbung! Passen Text und Bild zu dem Produkt, für das geworben wird? Wird beim Leser genügend Aufmerksamkeit und Interesse geweckt, um gemäß der AIDA-Formel eine Kaufhandlung auszulösen?
13. Erzählen Sie bitte über Ihre Einstellung zur Arbeit!
14. Was exportiert und importiert Deutschland? Welche deutschen Firmen sind Ihnen bekannt? Erzählen Sie über eine deutsche Firma und ihre Rolle im Welthandel!
15. Gegen welchen Vorwurf wollen sich die Verkäufer wehren, wenn sie sagen: „Der Kunde folgt seinem freien Willen“? Was könnten die Hausfrauen tun, damit sie nicht mehr kaufen als sie brauchen?
16. Es gibt Städte in der Welt, die man gesehen haben muss, um die großen Vorgänge unserer Zeit richtig verstehen zu können. Gehört Berlin, die Hauptstadt der BRD auch dazu? Warum?
17. Der Staat wirkt in der Marktwirtschaft unter dem Leitmotiv: „So wenig Staat wie möglich, so viel Staat wie nötig“. Wie verstehen Sie diesen Leitmotiv? Gehört die BRD zu den führenden Industrieländern der Welt?
18. Was für ein Staat ist Deutschland laut der Verfassung? Erzählen Sie über den staatlichen Aufbau Deutschlands!
19. Was ist eigentlich „Deutschland“ und „deutsch“? Was prägt eine Nation?
20. Aus welchen Bundesländern besteht die BRD und was können Sie über ihre Besonderheiten erzählen? Welche Rolle spielt Deutschland in Europa gemäß seiner geographischen Lage?
21. Ein Deutscher und ein Russe werden einander nie verstehen können, weil sich diese zwei

- Nationen zu stark von einander unterscheiden. Sind Sie damit einverstanden? Warum?
22. Wann und warum erschien die Berliner Mauer? Erzählen Sie über ihre Geschichte und ihre Rolle in der deutschen Geschichte.
23. Wie schützen Sie die Deutschen insgesamt und die Bewohner Ihres Landes ein? Begründen Sie Ihre Meinung mit eigenen Erfahrungen und Beispielen!
24. DuЯern Sie Ihre Meinung zum folgenden Problem: „Die Worte, dass die Jugend von heute weniger huflich ist als die von gestern, fallen in unserem Jahrhundert genauso oft wie in jedem anderen“. Unterscheiden sich die Jugendlichen in Russland von den Jugendlichen in Deutschland? Wodurch?
25. Kann man über den Charakter eines Menschen nach seinem ДуЯeren urteilen? Erzählen Sie in diesem Zusammenhang über eine bekannte Persönlichkeit!
26. Durch welche Charakterzüge unterscheiden sich die Menschen voneinander? Wie kann der Charakter beeinfluyt oder geändert werden?
27. Welche Menschentypen unterscheidet man grundsätzlich seit vielen Jahrhunderten? Mit welchen Menschen ist es schwer, herzlichen Kontakt zu finden?

Приложение Б
Технологическая карта
учебного модуля «Практикум по культуре речевого общения первого
иностранного языка»
семестр 5,6,7, ЗЕТ 24, вид аттестации 2 экзамена и дифференцированный
зачет, акад. часов 864, баллов рейтинга 1200

Наименование раздела учебного модуля	№ неде-ли сем	Трудоемкость, ак.час			Форма текущего контроля успеv. (в соотв. с паспортом ФОС)	Максим. кол-во баллов рейтинга для 1 студента
		Аудиторные занятия		ВСРС		
		ПЗ	АСРС			
Учебный элемент модуля 1						
Тема 1	1	8	2	8	Устный ответ	10
Тема 1	2	8	2	8	Тест/Контрол ьная работа	30
Тема 2	3	8	2	8	Сообщение	20
Тема 2	4	8	2	8	Тест/Контрол ьная работа	30
Тема 3	5	8	2	8	Устный ответ	10
Тема 3	6	8	2	8	Тест/Контрол ьная работа	30
Тема 4	7	8	2	8	Сочинение	20
Тема 4	8	8	2	8	Сообщение	20
Тема 4	9	8	2	8	Тест/Контрол ьная работа	30
Рубежная аттестация	9					200
Тема 5	10	8	2	8	Устный ответ	10
Тема 5	11	8	2	8	Сообщение	20
Тема 5	12	8	2	8	Тест/Контрол ьная работа	30
Тема 6	13	8	2	8	Устный ответ	10
Тема 6	14	8	2	8	Сочинение	20
Тема 6	15	8	2	8	Тест/Контрол ьная работа	30
Тема 7	16	8	2	8	Сообщение	20
Тема 7	17	8	2	8	Устный ответ Сочинение	10 20
Тема 7	18	8	2	8	Тест/Контрол ьная работа	30
Итоговая аттестация	сессия				Экзаменацион ный билет	50
Итого по УЭМ 1		144	36	144		450
Учебный элемент модуля 2						

Тема 1	1	6	1	10	Устный ответ	10
Тема 1	2	6	1	10	Устный ответ	10
Тема 1	3	6	1	10	Устный ответ	10
Тема 1	4	6	1	10	Сочинение	20
Тема 1	5	6	1	10	Сообщение	20
Тема 1	6	6	1	10	Тест/Контрольная работа	30
Тема 2	7	6	1	10	Устный ответ	10
Тема 2	8	6	1	10	Сообщение	20
Тема 2	9	6	1	10	Сочинение	20
Рубежная аттестация	9					150
Тема 2	10	6	1	10	Устный ответ	10
Тема 2	11	6	1	10	Устный ответ	10
Тема 2	12	6	1	10	Тест/Контрольная работа	30
Тема 3	13	6	1	10	Устный ответ	10
Тема 3	14	6	1	10	Устный ответ	10
Тема 3	15	6	1	10	Устный ответ	10
Тема 3	16	6	1	10	Сообщение	20
Тема 3	17	6	1	10	Сочинение	20
Тема 3	18	6	1	10	Тест/Контрольная работа	30
Итого по УЭМ 2		108	18	180		300
Учебный элемент модуля 3						
Тема 1	1	8	2	8	Устный ответ	10
Тема 1	2	8	2	8	Устный ответ Сообщение	10 20
Тема 1	3	8	2	8	Устный ответ Сочинение	10 20
Тема 1	4	8	2	8	Тест/Контрольная работа	30
Тема 2	5	8	2	8	Устный ответ	10
Тема 2	6	8	2	8	Сочинение	20
Тема 2	7	8	2	8	Сообщение	20
Тема 2	8	8	2	8	Сочинение	20
Тема 2	9	8	2	8	Тест/Контрольная работа	30
Рубежная аттестация	9					200
Тема 3	10	8	2	8	Устный ответ	10
Тема 3	11	8	2	8	Устный ответ Сообщение	10 20

Тема 3	12	8	2	8	Устный ответ Сочинение	10 20
Тема 3	13	8	2	8	Тест/Контроль ная работа	30
Тема 4	14	8	2	8	Сообщение	20
Тема 4	15	8	2	8	Устный ответ	10
Тема 4	16	8	2	8	Сочинение	20
Тема 4	17	8	2	8	Сообщение	20
Тема 4	18	8	2	8	Тест/Контроль ная работа	30
Итоговая аттестация	сессия				Экзаменацион ный билет	50
Итого по УЭМ 3		144	36	144		450
Итого по модулю		396	90	468		1200

Приложение В

Карта учебно-методического обеспечения

Модуля «Практикум по культуре речевого общения первого иностранного языка», формы обучения – очной, очно-заочной.

Всего часов – 864, из них: практических занятий – 396 / 90 ч., АСРС – 90 / – ч., ВСРС – 468 / 558 ч., экзамен – 72 ч.

Для направления 45.03.02 – «Лингвистика», профиль «Перевод и переводоведение»

Обеспечивающие кафедры английского языка, романских и германских языков.

Семестры – 5, 6, 7.

Таблица 1. Обеспечение дисциплины учебными изданиями

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библиот. НовГУ	Наличие в ЭБС
Учебники и учебные пособия		
1. Burgess Sally. Gold Advanced Coursebook / Sally Burgess, Amanda Thomas. - England: Pearson Education Limited, 2015. - 207, [1] p.	10	
2. Гончарова Е.А. Интерпретация текста. Немецкий язык: учебное пособие для вузов. – М.: Высшая школа, 2005. – 365с.	20	
3. Александровская Е.Б. Le francais. Ru (B.1 книга вторая, Unites 3,4) – М.: Нестор Академик, 2009. – 234, [1]с.: ил. + CD-ROM	30	
Учебно-методические издания		
1. Практикум по культуре речевого общения. Рабочая программа учебного модуля / разр. Водолажченко Н.В. Великий Новгород, 2017.		http://www.novsu.ru/study/umk/university
2. Практикум по культуре речевого общения. ФОС / разр. Водолажченко Н.В. Великий Новгород, 2017.		http://www.novsu.ru/study/umk/university

Таблица 2 – Информационное обеспечение модуля

Название программного продукта, интернет-ресурса	Электронный адрес	Примечание
Контроллер лингафонного кабинета Auditorium-ST; серийный №351144; система MS-B096/B097; свидетельство о гос. регистрации № 2015661427 от 27.10.2015		
Электронный словарь Multitran	http://www.multitran.ru	
Электронный словарь АБВУД Lingvo×5	http://lingvo.ru	

Видео, аудио-подкасты	www.bbc.com	
Видео, аудио-подкасты	www.freeeslmaterials.com	
Видео, аудио-подкасты	www.voa.com	

Таблица 3 – Дополнительная литература

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
1. Восковская А.С. Английский язык для вузов: учебное пособие. – 3-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 349. [1]с. – (Высшее образование).	20	
2. Практикум по деловому языку/ авт. – сост. С.В. Егорова. – Новгород. Гос. Ун-т им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2006. – 51с. – Библиогр.: с.50.	10	
3. Папко М.Л. Французский язык: Практикум по культуре речевого общения: учебник для вузов. – М.: Дрофа, 2006. – 397, [2]с	15	

Действительно для учебного года 2017 / 2018

Зав. кафедрой АЯ  Е.Ф. Жукова

Зав. кафедрой РГЯ  Л.А. Иванова

СОГЛАСОВАНО

НБ НовГУ:

зав. отделом научной библиотеки НовГУ

 / Л.Н. Ершова



Лист внесения изменений

Номер изменения	Номер и дата распорядительного документа о внесении изменений	Дата внесения изменения	ФИО лица, внесшего изменение	Подпись