

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт теоретической экономики и международных экономических отношений
Кафедра иностранных языков

АННОТАЦИЯ

по дисциплине
«Иностранный язык»

направление подготовки **38.03.06 «Торговое дело»**

профиль «Коммерция»

всех форм обучения

Соответствует РПД



УМУ СГЭУ

Зав.кафедрой

/Глухов Г.В./

Самара 2015

Цели и задачи дисциплины:

Основной целью дисциплины «Иностранный язык» является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой сферах деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Практическая цель – подготовка будущих специалистов к практическому использованию иностранного языка в профессиональной и личной деятельности.

Образовательная цель – расширение знаний студентов о стране изучаемого языка в области национальной культуры и экономики, расширение кругозора студента, совершенствование культуры его мышления, общения и речи.

Воспитательная цель – формирование у студентов уважительного отношения к духовным и материальным ценностям других стран и народов.

На занятиях по иностранному языку решаются следующие задачи:

- воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов;
- развитие когнитивных и исследовательских умений с использованием ресурсов на иностранном языке;
- развитие информационной культуры;
- расширение кругозора и повышение общей гуманитарной культуры студентов;
- повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию.

1. Место дисциплины в структуре ООП:

-дисциплина входит в базовую часть «Гуманитарного, социального и экономического цикла»;

-специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента не предусматриваются, поскольку предполагается базовое освоение иностранного языка в рамках программы средней общеобразовательной школы, однако для определения уровня изучения дисциплины в отдельных учебных группах *рекомендуется* проводить входное тестирование/ собеседование для определения исходного уровня коммуникативной компетенции обучающихся;

-данная дисциплина является предшествующей для дисциплин: «Этика делового общения», «Современные технологии продаж профессиональных услуг».

2. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных (ОК) компетенций:

ОК-2	умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способность свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний;
ОК-9	владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- базовые правила грамматики (на уровне морфологии и синтаксиса) (ОК-2, 9);
- базовые нормы употребления лексики и фонетики (ОК-2, 9);
- требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры (ОК-2, 9);
- основные способы работы над языковым и речевым материалом (ОК-2, 9);
- основные ресурсы, с помощью которых можно эффективно восполнить имеющиеся пробелы в языковом образовании (типы словарей, справочников, компьютерных программ, информационных сайтов сети Интернет, текстовых редакторов и т.д.) (ОК-2, 9);

Уметь:

- в области аудирования: воспринимать на слух и понимать *основное содержание* несложных аутентичных общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстов, относящихся к различным типам речи (сообщение, рассказ), а также выделять в них *значимую /запрашиваемую информацию* (ОК-2, 9);

- в области чтения: понимать *основное содержание* несложных аутентичных общественно-политических, публицистических и прагматических текстов (информационных буклетов, брошюр/проспектов), научно-популярных и научных текстов, блогов/веб-сайтов; *детально понимать* общественно-политические, публицистические (медийные) тексты, а также письма личного характера; *выделять значимую/запрашиваемую информацию* из прагматических текстов справочно-информационного и рекламного характера (ОК-2, 9);

- в области говорения: начинать, вести/поддерживать и заканчивать *диалог-расспрос* об увиденном, прочитанном, *диалог-обмен мнениями* и *диалог-интервью/собеседование* при приеме на работу, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости используя стратегии восстановления сбоя в процессе коммуникации (переспрос, перефразирование и др.); расспрашивать собеседника, задавать вопросы и отвечать на них, высказывать свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника (принятие предложения или отказ); делать *сообщения* и выстраивать *монолог-описание, монолог-повествование* и *монолог-рассуждение* (ОК-2, 9);

- в области письма: заполнять *формуляры и бланки* прагматического характера; вести *запись основных мыслей и фактов* (из аудиотекстов и текстов для чтения), а также *запись тезисов* устного выступления/письменного доклада по изучаемой проблематике; поддерживать контакты при помощи *электронной почты*; оформлять *Curriculum Vitae/Resume* и сопроводительное письмо, необходимые при приеме на работу, выполнять *письменные проектные задания* (письменное оформление презентаций и т.д.) (ОК-2, 9).

Владеть:

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном деловом общении на иностранном языке (ОК-2, 9);

- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке (ОК-2, 9);

- стратегиями восприятия, анализа, создания устных и письменных текстов разных типов и жанров (ОК-2, 9);

- стратегиями проведения сопоставительного анализа факторов культур различных стран (ОК-2, 9);

- компенсаторными умениями, помогающими преодолеть «сбои» в коммуникации, вызванные объективными и субъективными, социокультурными причинами (ОК-2, 9);

