

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.03

Иностранный язык в профессиональной деятельности

Учебный план: 2025-2026 18.04.01 ИПХиЭ ХТБВКиВМ ОО №2-1-97.plx

Кафедра: **62** Международных коммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 18.04.01 Химическая технология

Профиль подготовки: Химическая технология биоактивных веществ, красителей и
(специализация) волокнистых материалов

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Практ. занятия				
1	УП	32	39,75	0,25	2	Зачет
	РПД	32	39,75	0,25	2	
2	УП	34	37,75	0,25	2	Зачет
	РПД	34	37,75	0,25	2	
Итого	УП	66	77,5	0,5	4	
	РПД	66	77,5	0,5	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 18.04.01 Химическая технология, утверждённым приказом Минобрнауки России от 07.08.2020 г. № 910

Составитель (и):

к.филол.н., доцент

Осинцева Татьяна
Николаевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой международных коммуникаций

Климова Светлана
Владимировна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Сашина Елена Сергеевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать языковые и коммуникативные компетенции обучающихся, достаточные для осуществления ими устных и письменных контактов с иностранными партнерами в ходе их профессиональной деятельности, изучения зарубежного опыта в сфере профессиональных интересов, а также развития когнитивных и исследовательских умений, развития инновационной культуры обмена знаниями.

1.2 Задачи дисциплины:

Научить:

- в области аудирования: воспринимать на слух и понимать основное содержание аутентичных текстов профессионального и делового характера, относящихся к различным типам речи;
- в области чтения: понимать основное содержание аутентичных текстов профессионального характера, детально понимать профессиональные тексты, а также выделять из текстов значимую информацию;
- в области говорения: вести диалог, соблюдая нормы речевого этикета, и грамматически правильно выстраивать монолог-описание и монолог-рассуждение;
- в области письма: составлять аннотацию, поддерживать контакты при помощи электронной почты.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Философские проблемы науки и техники

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	
Знать: правила деловой и профессиональной этики, различия между официальным и неофициальным стилями общения; грамматические конструкции и речевые штампы, необходимые для запроса и передачи деловой письменной и устной информации	
Уметь: логично формулировать собственную позицию и отстаивать её в деловых переговорах, поддерживать контакты с зарубежными партнёрами в академической и профессиональной сферах в устной и письменной формах; выделять значимую информацию из текстов делового и профессионального характера	
Владеть: приемами ведения корреспонденции и навыками профессионального общения на иностранном языке, включая использование информации, извлечённой из зарубежных источников	
УК-5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	
Знать: особенности межкультурной коммуникации, правила взаимодействия с зарубежными партнёрами с целью выработки совместных решений	
Уметь: использовать знание особенностей деловой культуры и традиций стран изучаемого языка в рамках международного сотрудничества	
Владеть: навыками общения с зарубежными партнёрами на базе знания основ деловой коммуникации и делового этикета в странах изучаемого языка и навыками извлечения необходимой информации из зарубежных источников	

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контакт ная работа	СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)			
Раздел 1. Установление контактов и деловое общение	1				ДИ
Тема 1. Кросс-культурные основания деловой коммуникации и установление контактов		4	2		
Тема 2. Телефонные переговоры			2		
Тема 3. Деловые переговоры с иностранными коллегами и партнерами, деловая переписка		6	6		

Тема 4. Деловая поездка. Выбор и бронирование средств передвижения и размещения, коммуникация в общественных пространствах. Деловой этикет.		6	7		
Раздел 2. Деловая презентация компании и бизнес-идеи					
Тема 5. Организационная структура компании и должностные обязанности		2	4		
Тема 6. Описание бизнес-идеи		2	4		
Тема 7. Основы эффективной презентации на иностранном языке		4	4		Пр,П
Тема 8. Собеседование при приеме на работу и составление резюме Текущий контроль 2. Проектное задание: презентация бизнес-идеи или компании		8	10,75		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		32	39,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Раздел 3. Концептуальные основы профессиональной деятельности					
Тема 9. Описание профессиональной сферы		4			
Тема 10. Этапы работы над проектом в профессиональной сфере		6	8		О
Тема 11. Реализация проектных решений в профессиональной сфере Текущий контроль 1. Аннотирование текста		6	8,25		
Раздел 4. Перспективы развития профессиональной сферы					
Тема 12. Новые тенденции в профессиональной сфере на современном этапе	2	4	5		
Тема 13. Эффективные методы ведения бизнеса в профессиональной сфере		4	6		Д,П
Тема 14. Карьера в профессиональной сфере Текущий контроль 2. Проектное задание: презентация портфолио		10	10,5		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		34	37,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		66,5	77,5		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
УК-4	Ведет диалог, зная правила профессиональной этики, грамматические конструкции и речевые штампы. Выделяет значимую информацию из текстов профессионального характера. Аннотирует и реферировует на иностранном языке текст научной статьи.	

УК-5	Ведет беседу на иностранном языке, зная особенности межкультурной коммуникации, правила взаимодействия с зарубежными партнерами, с целью выработки совместных решений. Осуществляет грамотный перевод профессионального текста с учетом отличия деловой культуры и традиций страны изучаемого языка. Формулирует обобщающее заключение об извлеченной из зарубежных источников информации, владея методами и навыками эффективного межкультурного взаимодействия.	
------	---	--

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обсуждение предложенной темы делового общения, демонстрирующее грамотное владение речью и общую языковую эрудицию; понимание высказываний на деловые темы и участие без предварительной подготовки в диалоге на темы, предусмотренные программой.	
Не зачтено	Неумение составить простое предложение без ошибок, непонимание общего смысла устного сообщения на знакомую тему делового общения и незнание лексики большей части тем для ведения диалога.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 1	
1	Деловая межкультурная коммуникация
2	Деловая корреспонденция
3	Международные переговоры
4	Деловая поездка
5	Структура компании и должностные обязанности
6	Правила написания резюме и сопроводительного письма
Семестр 2	
7	Область профессиональных интересов магистранта
8	Бизнес-планирование
9	Пример проектного решения в профессиональной сфере магистранта
10	Последние достижения в сфере профессионального интереса магистранта
11	Способы обеспечения успешности бизнеса в профессиональной сфере
12	Карьерные возможности в профессиональной сфере магистранта

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Находится в Приложении к данной РПД.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

Допуском к зачету является:

- успешное освоение всех разделов, указанных в п.3 РПД

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Содержание зачета:

Беседа с преподавателем в рамках пройденных тем без предварительной подготовки и выполнение практико-ориентированного задания.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Назарчук Ю.И.	Иностранный язык в профессиональной деятельности (английский). Химия в современном обществе. Аудиторная и самостоятельная работы. Направление подготовки "Химическая технология" - 18.04.01	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202033
Федоров, В. А., Гиляровская, Т. В., Лебедева, О. В., Федорова, В. А.	Французский язык для неязыковых специальностей вузов	Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2021	http://www.iprbookshop.ru/111492.html
Гильфанова, Ф. Х., Гильфанов, Р. Т.	Немецкий язык	Саратов: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/90198.html
О.Л. Егорова, М.В. Коляса	Иностранный язык. Английский язык: Искусствоведение	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2025	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202520
Осинцева Т.Н.	Деловое общение на иностранном языке. Креативный менеджмент в дизайне и моде. Английский язык	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2024113
Климов Е. А., Климова С. В.	Иностранный язык в профессиональной деятельности. Английский язык. Обучение во втором семестре.	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2022	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022122
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Павленко, В. Г., Кардумян, М. С., Макарова, О. С., Лизенко, И. И., Донцов, А. В.	Деловой английский язык = Business English	Ставрополь: Издательство «Тимченко О.Г.»	2020	https://www.iprbookshop.ru/128245.html
Кашпарова, В. С., Сеницын, В. Ю.	Английский язык	Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/89418.html
Иванченко, А. И.	Французский язык: повседневное общение. Практика устной речи	Санкт-Петербург: КАРО	2020	http://www.iprbookshop.ru/97934.html
Примаков, С. С.	Научно-техническая информация и перевод (немецкий язык)	Барнаул: Алтайский государственный педагогический университет	2021	http://www.iprbookshop.ru/108872.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Единый портал интернет - тестирования в сфере образования [электронный ресурс] –<https://i-exam.ru>
2. Информационно-образовательная среда заочной формы обучения СПбГУПТД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edu.sutd.ru/moodle/>
3. Oxford University Press Blog [Электронный ресурс] .— Режим доступа: <http://learnenglishwithoxford.com>.
4. CambridgeEnglish[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cambridgeenglish.org>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
Microsoft Windows
Creative Cloud for teams - All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Team LicSub Level 4
(100+) Education Device license Renewal
1С-Битрикс: Внутренний портал учебного заведения
MicrosoftOfficeProfessional
Интернет-тренажеры в сфере образования
Google Forms
Microsoft Windows 10 Pro

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска

Типовые практико-ориентированные задания

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

1. Перевод текста.

Прочтите и переведите письменно со словарем текст делового характера.

What makes consumers choose one airline over another or one mortgage provider over its rival?

Our research shows that your reaction to a brand depends on your experience of buying, using or owning it and not just on advertising. The most important part of that experience is often your personal interaction with people. This is an area that most companies don't understand or invest enough in.

Take airlines. Satisfaction with cabin crew contributes more to people choosing the same airline again than other factors. Why do companies not spend more on their people when there are clear benefits? Here are two common reasons.

It's too expensive

Many organisations know that people matter. But they don't invest in this area because they think it is a luxury they cannot afford. And it's true that some role models, such as the Four Seasons hotel group or Virgin Atlantic Upper Class, would be too expensive for most to copy.

But there are smart, affordable solutions that create a lot of brand value out of only a little customer interaction. First Direct earns the highest level of customer recommendation of any UK bank through just the telephone contact with its customers. Customers at QVC, the market-leading television shopping channel, value their interaction with the station's people – in this case not the call centre staff who take the shopping orders, so much as the relationship that viewers believe they have with QVC's onscreen presenters.

The importance is not clear

Satisfaction surveys can hide the importance of people. For example, choosing a mortgage is often very influenced by counter staff in a bank or building society. Research with customers at the critical stage, where they have received a quote but not yet signed a document, shows that their interaction with the mortgage provider's representative is the biggest single influence on their choice. It is bigger than perceptions of the products and fees, which are often the subject of the brand's advertising and communications. Yet in the same research conducted after the loan is given, customers may have forgotten the good customer service they received and may focus more on general brand impressions. If you conduct your research at that point – and this is often the case – the very important role that your staff have played will not be clear.

FT

By Simon Glynn

2. Проектное задание: презентация бизнес-идеи или компании.

1. Develop your future company or suggest a business idea. Imagine that you are going to present it to the potential investors. Prepare a multimedia presentation (MS PowerPoint, Keynote, etc.) and be ready to present it in class.

Required phrases and structure of the presentation:

1. Introduction.

- a.** Title slide.
- b.** Plan or structure of the presentation.

2. Main part.

- a.** Problem. Summarize the problem that your company is going to solve with your product or service in 1-4 bullet points
- b.** Solution. Describe your company (name, logo, slogan, main activities) or business idea (product or service).
- c.** Market. Describe your target market and planned market share, competitors, your company's competitive advantages.
- d.** Marketing plan. Describe how are you going to promote your products and services in terms of 4Ps.
- e.** Organisation structure. Describe number of people and job functions, present organisation chart.
- f.** Budget.