

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
Колледж**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

учебной дисциплины

**СГ.02 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама
(базовая подготовка)

Москва 2024

Одобрена предметной (цикловой)
комиссией по специальности:
Реклама

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности средне-
го профессионального образования
42.02.01 Реклама

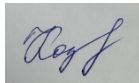
Протокол №6
от «12» января 2024 г.

Председатель предметной (цикловой)
комиссии



/ Баруздин А. А.

Заместитель директора по
учебно-методической работе



/ Козловская О. В.

Составитель (автор): Кокаева Е. М., преподаватель АНО ВО «Российский
новый университет» колледж

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
учебной дисциплины
СГ.02 «Иностранный язык в профессиональной деятельности»
42.02.01 Реклама**

| Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания) | ПК, ОК | Наименование разде- ла и/или темы | Уровень освоения темы | Текущий контроль | Промежуточная аттестация |
|---|------------------------|--|--------------------------|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение; - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач; - понимать общий смысл чётко произнесённых высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; | <p>ОК 02 ОК 09</p> | <p>Раздел 1. Место и роль дисциплины «Английский язык в профессиональной деятельности» в подготовке специалистов по рекламе.</p> <p>Профессиональные требования, компетенции. Личные качества специалиста.</p> <p>Профессии в рекламе, место работы.</p> | <p>2</p> | <p>- вопросы для устного опроса по темам раздела;</p> <p>- диктант по новой лексике;</p> <p>Практические работы №№1-11.</p> | <p>- обязательная контрольная работа;</p> |

| | | | | | |
|---|------------------------|--|----------|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности - кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приёмы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; - правила чтения текстов профессиональной направленности. | | | | | |
| <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; | <p>ОК 02 ОК 09</p> | <p>Раздел 2. Реклама, Понятие о рекламе. Виды рекламы. Понятие о рекламе,</p> | <p>2</p> | <p>- вопросы для устного опроса по темам раздела;</p> | <p>- обязательная контрольная работа;</p> |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение; - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач; - понимать общий смысл чётко произнесённых высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности - кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приёмы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска инфор- | | <p>определение, задачи и роль в социуме.</p> <p>Виды рекламы.</p> <p>Раздел 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Интернет-реклама. Рекламные носители в Интернете.</p> <p>Средства продвижения товаров и услуг.</p> | | <p>- диктант по новой лексике;</p> <p>Практические работы №№12-21.</p> | |
|---|--|--|--|--|--|

| | | | | | |
|---|------------------------|--|--|--|------------------------------------|
| <p>мации, современные средства и устройства информатизации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; - правила чтения текстов профессиональной направленности. | | | | | |
| <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение; - использовать различные цифровые средства для | <p>ОК 02 ОК 09</p> | <p>Раздел 4. Рекламная кампания.</p> <p>Разработка рекламной кампании.</p> <p>Оценка эффективности рекламной кампании.</p> | | <ul style="list-style-type: none"> - вопросы для устного опроса по темам раздела; - эссе; - диктант по новой лексике; <p>Практические работы №№22-30.</p> | <p>- дифференцированный зачёт.</p> |

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| <p>решения профессиональных задач;</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать общий смысл чётко произнесённых высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности - кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приёмы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и про- | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| цессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; - правила чтения текстов профессиональной направленности. | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|

Критерии оценочных средств практических работ

1. **За письменные работы** (контрольные работы, самостоятельные работы, словарные диктанты) оценка вычисляется исходя из процента правильных ответов:

| Виды работ | Оценка «3» | Оценка «4» | Оценка «5» |
|--|---------------|---------------|----------------|
| Контрольные работы | От 50% до 69% | От 70% до 90% | От 91% до 100% |
| Самостоятельные работы, словарные диктанты | От 60% до 74% | От 75% до 94% | От 95% до 100% |

2. **Творческие письменные работы** (письма, разные виды сочинений) оцениваются по пяти критериям:

а) Содержание (соблюдение объёма работы, соответствие теме, отражены ли все указанные в задании аспекты, стилевое оформление речи соответствует типу задания, аргументация на соответствующем уровне, соблюдение норм вежливости).

ПРИ НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКЕ ЗА СОДЕРЖАНИЕ ОСТАЛЬНЫЕ КРИТЕРИИ НЕ ОЦЕНИВАЮТСЯ, И РАБОТА ПОЛУЧАЕТ НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНУЮ ОЦЕНКУ;

б) Организация работы (логичность высказывания, использование средств логической связи на соответствующем уровне, соблюдение формата высказывания и деление текста на абзацы);

в) Лексика (словарный запас соответствует поставленной задаче и требованиям данного года обучения языку);

г) Грамматика (использование разнообразных грамматических конструкций в соответствии с поставленной задачей и требованиям данного года обучения языку);

д) Орфография и пунктуация (отсутствие орфографических ошибок, соблюдение главных правил пунктуации: предложения начинаются с заглавной буквы, в конце предложения стоит точка, вопросительный или восклицательный знак, а также соблюдение основных правил расстановки запятых).

3. **Устные ответы** (монологические высказывания, пересказы, диалоги, работа в группах) оцениваются по пяти критериям:

а) Содержание (соблюдение объёма высказывания, соответствие теме, отражены все аспекты, указанные в задании, стилевое оформление речи со-

ответствует типу задания, аргументация на соответствующем уровне, соблюдение норм вежливости).

ПРИ НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКЕ ЗА СОДЕРЖАНИЕ ОСТАЛЬНЫЕ КРИТЕРИИ НЕ ОЦЕНИВАЮТСЯ, И РАБОТА ПОЛУЧАЕТ НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНУЮ ОЦЕНКУ;

б) Взаимодействие с собеседником (умение логично и связно вести беседу, соблюдать очерёдность при обмене репликами, давать аргументированные и развёрнутые ответы на вопросы собеседника, умение начать и поддерживать беседу, а также восстановить её в случае сбоя: переспрос, уточнение);

в) Лексика (словарный запас соответствует поставленной задаче и требованиям данного года обучения языку);

г) Грамматика (использование разнообразных грамматических конструкций в соответствии с поставленной задачей и требованиям данного года обучения языку);

д) Произношение (правильное произнесение звуков английского языка, правильная постановка ударения в словах, а также соблюдение правильной интонации в предложениях).

Словарный диктант №1

1. реклама;
2. маркетинг;
3. продажа;
4. товар, товары;
5. успех;
6. доход;
7. общественные отношения;
8. основные виды;
9. престижная реклама;
10. финансовая реклама;
11. общество;
12. общественное мнение;
13. быстро, немедленно, тотчас;
14. текущий, современный.

Лексико-грамматический тест №1

1. Выберите правильную форму глагола

1.1 ——— your name Joe?

a) does, b) is, c) are;

1.2 ——— any women in the room?

a) there is, b) are there, c) is there;

1.3 Benny ——— four sisters.

a) have got, b) have, c) has got;

1.4 Tomorrow morning Helen ——— at 7 o'clock.

- a) wakes up, b) wake up, c) will wake up;
 1.5 What colour — your new car?
 a) does, b) has, c) is;
 1.6 Yesterday we — to the concert.
 a) go, b) went, c) gone;
 1.7 Five hundred years ago, they — tea.
 a) drink no, b) drank no, c) did not drink;
 1.8 I — tennis when I was your age.
 a) play, b) played, c) plays;
 1.9 Annie — a new, red sweater a few days ago.
 a) bought, b) buy, c) has bought;
 1.10 — you be at school tomorrow?
 a) do, b) are, c) will;
 1.11 He — his first world title fight when he was 25.
 a) has won, b) won, c) wins;
 1.12 Betty — her sister since last year.
 a) did not see, b) has not seen, c) saw;
 1.13 They — football every day on holidays.
 a) hasn't played, b) didn't play, c) doesn't play;
 1.14 — you ever — abroad?
 a) have ... been, b) were ... -, c) are ... being;
 1.15 If you — slower, I — what you say.
 a) will speak ... will understand, b) will speak ... understand, c) speak ...
 will understand;
 1.16 Look! The dog — your ice-cream.
 a) is eating, b) eats, c) eat;
 1.17 - Have you seen «Swan Lake» before? - I — it three years ago.
 a) have seen, b) saw, c) see;
 1.18 - Do you have any plans for tomorrow? - Well, I think, I — to stay
 at home and read «Alice in Wonderland».
 a) will go, b) go, c) am going;
 1.19 We're going to have a party on Sunday. — you come?
 a) will, b) do, c) have;
 1.20 Why — you absent yesterday? The test was quite easy.
 a) did, b) were, c) was

Словарный диктант №2

направлен на;
 целью является показать;
 в наиболее лестном виде;
 фирма подвергается;
 группа потребителей;
 поместить рекламу на всю страницу;

выиграть (судебное) дело против;
продолжать получать прибыль;
платное и контролируемое средство связи; размещать свои сообщения;
отдел рекламы;
(очень) своеобразная аудитория;
завоевать, охватить аудиторию.

Обязательная контрольная работа №1

Test (I variant)

1. Complete the following sentences using the most appropriate forms of the verbs.

1. Jack has got a headache. He ... sleep well recently.

- a) can't
- b) couldn't have
- c) hasn't been able to

2. I ... sleep for hours when I was a little girl.

- a) could
- b) am able to
- c) can

ill. 3. Tom ... play tennis well but he ... play a game yesterday because he was

- a) couldn't, could
- b) can, was able
- c) can, couldn't

4. I didn't want to be late for the meeting. We ... meet at 5 sharp.

- a) were to
- b) had to
- c) could

5. Where are my gloves? – I ... put them on because it's cold today.

- a) can't
- b) have to
- c) needn't

2. Translate the sentences into English.

1. Тебе придётся сделать это.
2. Реклама – это платное и контролируемое средство связи.
3. Я вынужден был сделать это.
4. Реклама о рекламодателе, не имеющем специального разрешения на деятельность, не допускается.
5. Ты можешь делать все, что хочешь.

6. Ольге следует уделить больше внимания занятиям по английскому языку.

3. Translate into English.

- | | |
|------------------------|-----------------------------------|
| 1. финансовая реклама | 5. полагаться на кого то |
| 2. общественное мнение | 6. воздействие рекламы |
| 3. преимущества | 7. средства массовой коммуникации |
| 4. рекламные ролики | 8. вклад во что-то |

4. Make up questions for these answers:

1. _____? Some other advantages of advertising are its selectivity and the advertiser's control of the impact and timing.
2. _____? Advertisements in specialized publications can reach their readers with very little exposure to others.

Test (II variant)

1. Complete the following sentences using the most appropriate forms of the verbs.

1. You ... take an umbrella today. The Sun is shining.
a) needn't
b) mustn't
c) can't
2. I'm sorry, you didn't invite me to your birthday party. You ... invite me next time.
a) must
b) should
c) need to
3. Well, it's 10 o'clock. I ... go now.
a) can
b) has to
c) must
4. You ... smoke so much.
a) would
b) can't
c) shouldn't
5. We have got plenty of time. We ... hurry.
a) must
b) needn't
c) should

2. Translate the sentences into English.

1. Вы должны бросить курить.
2. Не допускается реклама товаров, запрещённых к производству и реализации.
3. Ты можешь решить эту проблему.
4. Тебе следует навестить своего больного друга.
5. Я не уверен, но возможно он неправ.
6. Я могу считать до 50 на испанском.

3. Translate into English.

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1. добровольный | 2. благоприятное мнение |
| 3. средство распространения рекламы | 4. первостепенный, главный |
| 5. основные виды рекламы | 6. разъяснительно-пропагандистская реклама |
| 7. текущий, современный | 8. правление |

4. Make up questions for these answers:

1. _____? Advertising is paid and controlled mass communication.
2. _____? A primary reason for using advertising as a communications tool is that control of the message remains with the sender.

Критерии оценки знаний:

«5» (отлично) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания;

«4» (хорошо) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания с небольшими неточностями и коррекцией действий преподавателем;

«3» (удовлетворительно) – ставится обучающимся, обладающим необходимыми знаниями, но допустившими неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических заданий, не умеет обосновывать свои суждения;

«2» (неудовлетворительно) – ставится обучающимся, имеющим разрозненные и бессистемные знания, не может применять знания для решения практических задач или отказ отвечать.

Словарный диктант №3

репутация и престиж организации;
товары и услуги организации;

принятие (товара) потребителями и клиентами; понимать обстановку;
передовая технология; решать проблемы;
холодный безликий образ;
и другое оборудование высоких технологий;
улучшить качество.

Словарный диктант №4

служащие;
доступный;
рекламное агентство;
творческий процесс;
рассматривать;
с другой стороны;
жалованье;
возможности для продвижения;
относительно малое количество;
руководители;
приносящий удовлетворение;
признанный, высокооплачиваемый;
добиться успеха;
одарённые люди;
более или менее.

Лексико-грамматический контроль №2

1) Complete the sentences with the following words (acceptance; face; imagery; company; attention):

1. Consumers don't just buy a product, they also buy the _____.
2. The company decided to put a human _____ on high technology with a series of ads.
3. Advertising can also contribute to consumer and client _____ of the organization's products and services.
4. ... people were turned off by advertisements that emphasized the cold, impersonal _____ of fiber optic network, microchips, and other high technology hardware.
5. Companies too often emphasize the wonders of technology without really paying _____ to showing how it improves the quality of life for the consumer.

2) Insert prepositions (during; on; of; to; against; by; in; for):

1. A different type _____ public relations advertising is targeted _____ the financial community.
2. Such advertising is used extensively _____ proxy fights _____ control of companies, when the company believes it is being unfairly attacked _____ consumer groups.

3. A variety _____ these ads can be seen _____ financial publications. 4. Honeywell will continue to make profits _____ its technology.

5. Honeywell announced that it had won a major lawsuit _____ the Minolta Camera Company for infringing _____ its patents.

3) Translate into English.

1. Реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств.

2. Реклама на территории Российской Федерации распространяется на русском языке и по усмотрению рекламодателей дополнительно на государственных языках республик и родных языках народов Российской Федерации.

3. Не допускается реклама товаров, запрещённых к производству и реализации.

4. Реклама о самом рекламодателе, не имеющем специального разрешения (лицензии) на деятельность, не допускается.

5. Реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации, должна сопровождаться пометкой «подлежит обязательной сертификации».

6. Использование в рекламе объектов интеллектуальной собственности допускается в порядке, предусмотренном законодательством.

7. Реклама не должна побуждать граждан к насилию, агрессии, возбуждать панику, а также побуждать к опасным действиям.

8. Реклама не должна побуждать к действиям, нарушающим природоохранное законодательство.

Обязательная контрольная работа №2

I variant

I. Translate into English

- 1) занимательная статья;
- 2) рекламные объявления;
- 3) заслуживать;
- 4) последовательность;
- 5) недостатки рекламы;
- 6) пропаганда товара;
- 7) потребитель;
- 8) телемаркетинг;
- 9) рынок сбыта;
- 10) вещать, распространять.

II. Open the brackets and translate.

1. We (to go) to work every day.
2. I already (to write) the letter.
3. Look! Jane (to swim) across the river.
4. When I (to get) to the cinema, the film (already to start).

5. Mary (to finish) her homework when her father (to come) home.
6. How long (to study) English?

III. Translate into English.

Журнальная реклама имеет целый ряд преимуществ по сравнению с газетной. Обычный иллюстрированный журнал, не говоря уже о специальном, имеет довольно чётко очерченную по специальным параметрам аудиторию. Выбирая журнал для публикации рекламы, учитывают не только аудиторию, но и частоту выхода журнала, возможность пограничного размещения материала. Реклама, размещённая в деловых журналах, должна содержать большое количество подробностей о продукте: техническую информацию, условия продажи, конкретные производственные проблемы.

IV. Turn from active into passive.

1. Two reports on Hemingway's stories (to make) in our group last month.
2. This wallet (to leave) in a classroom yesterday.
3. Two new engineers just (to introduce) to the head of the department.
4. Don't worry, everything will be all right: the children (to take) to the theatre by the teacher and they (to bring) back to school in the evening.
5. I am sure I (to ask) at the lesson tomorrow.

II variant

I. Translate into English

- 1) средство распространения рекламы;
- 2) газетное сообщение;
- 3) ежегодный;
- 4) наносить вред;
- 5) сокращать;
- 6) цель;
- 7) своевременный;
- 8) преимущества рекламы;
- 9) раздел новостей;
- 0) достоверность.

II. Open the brackets and translate.

- 1) When I (to call) my friend, he (to go) out.
- 2) What you (to do) yesterday?
- 3) When I (to come) to work yesterday, my wife already (to lay) the table.
- 4) The letter (to write) by me.
- 5) He (to read) this book now.
- 6) How long this man (to stay) in jail?

III. Translate into English.

Журнальная реклама имеет целый ряд преимуществ по сравнению с газетной. Обычный иллюстрированный журнал, не говоря уже о специальном,

имеет довольно чётко очерченную по специальным параметрам аудиторию. Выбирая журнал для публикации рекламы, учитывают не только аудиторию, но и частоту выхода журнала, возможность пограничного размещения материала. Реклама, размещённая в деловых журналах, должна содержать большое количество подробностей о продукте: техническую информацию, условия продажи, конкретные производственные проблемы.

IV. Turn from active into passive.

1. My camera (to steal) yesterday.
2. The letter just (to write) and (to send).
3. Thousands of new houses (to build) every year.
4. This new dictionary (to sell) everywhere now.
5. All the texts (to look) through yesterday.

Критерии оценки знаний:

«5» (отлично) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания;

«4» (хорошо) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания с небольшими неточностями и коррекцией действий преподавателем;

«3» (удовлетворительно) – ставится обучающимся, обладающим необходимыми знаниями, но допустившими неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических заданий, не умеет обосновывать свои суждения;

«2» (неудовлетворительно) – ставится обучающимся, имеющим разрозненные и бессистемные знания, не может применять знания для решения практических задач или отказ отвечать.

Лексико-грамматический тест №3

I variant

I. Translate into English

- 1) улучшать;
- 2) рекламные объявления;
- 3) вносить вклад;
- 4) рекламное объявление на всю страницу;
- 5) недостатки рекламы;
- 6) нечестно, несправедливо;
- 7) потребитель;
- 8) извлечь выгоду;

- 9) служащий;
- 10) вещать, распространять.

2. Open the brackets using Passive voice and translate.

1. Our rooms (not to fit) with color TV-sets.
2. German (to speak) in this hotel chain.
3. What this dish (to make) of? – It (to make) of chicken and mushrooms.
4. What kind of menus (to offer) in this restaurant?
5. The room amenities always (to show) to our guests.
6. Two reports on Hemingway's stories (to make) in our group last month.
7. This wallet (to leave) in a classroom yesterday.
8. Two new engineers (to introduce) to the head of the department last week.
9. This new dictionary (to sell) everywhere now

3. Translate from Russian into English.

1. Где находится этот ресторан? – Он расположен на Пикадилли в Лондоне.
2. Ты должна поступить в наш колледж. У нас хорошо преподают иностранные языки.
3. Недостоверная реклама не допускается.
4. Реклама должна вызывать интерес.
5. Эти товары сейчас рекламируют.

II variant

I. Translate into English

- 1) газетное сообщение;
- 2) средство распространения рекламы;
- 3) различия;
- 4) обстановка, окружающая среда;
- 5) хорошо управляемый;
- 6) цель;
- 7) разнообразие;
- 8) преимущества рекламы;
- 9) заниматься рекламой;
- 10) достоверность, доверие.

II. Open the brackets using Passive voice and translate.

1. Cereals (to include) in full English breakfast?
2. Who (to invite) to the company dinner?
3. The room amenities always (to show) to our guests.
4. Our staff (to train) to meet the international standards.
5. The employees (to teach) two foreign languages.
6. My camera (to steal) yesterday.
7. The letter just (to write) and (to send).
8. Thousands of new houses (to build) every year.

9. All the texts (to look) through yesterday.

III. Translate from Russian into English

1. В Турции ежегодно строится много курортных отелей.
2. Реклама должна быть правдивой.
3. Престижная реклама является самой трудной из всех видов рекламы.
4. На английском говорят во всём мире.
5. Новая газетная статья была написана вчера.

Контроль аудирования

Вариант 1

Вы услышите четыре коротких диалога, обозначенных A, B, C и D. Определите, где происходит каждый из этих диалогов. Используйте каждое место действия из списка 1-5 только один раз. В задании есть одно лишнее место действия. Вы услышите запись дважды. Занесите свои ответы в таблицу. У вас есть 20 секунд, чтобы ознакомиться с заданием.

1. At the post office
2. At the booking office
3. At the airport
4. At a restaurant
5. In the hospital

| Диалог | A | B | C | D |
|--------|---|---|---|---|
| | | | | |

Dialogue A

A: Give me 100 first-class stamps, please.

B: Here you are. That will be 25 dollars. Anything else?

A: Yes, I want 20 airmail stamps for Europe. I want to send this letter by registered mail.

B: Okay. Your total bill is 34 dollars. You have to fill out this form.

Dialogue B

A: Is it a direct train to London?

B: No, you have to change trains at Birmingham.

A: I see. One ticket to London, please.

B: Single or return, Ms?

A: Single, please.

B: 64 pounds, please.

Dialogue C

A: Good morning. Please, have a seat here. What's the problem?

B: I have a terrible stomachache.

A: Do you have diarrhea?

B: Yes, I do.

A: Do you have any other symptoms?

B: Yes, I feel sick.

Dialogue D

A: Good evening. Two for dinner?

B: Yes, that's right.

A: Where would you like to sit?

B: Could we have a table near the window, please?

A: Certainly. Here is the menu.

Вариант 2

Вы услышите четыре коротких диалога, обозначенных A, B, C и D. Определите, где происходит каждый из этих диалогов. Используйте каждое место действия из списка 1-5 только один раз. В задании есть одно лишнее место действия. Вы услышите запись дважды. Занесите свои ответы в таблицу. У вас есть 20 секунд, чтобы ознакомиться с заданием.

1. In the shop
2. In the restaurant
3. In the exhibition
4. At school
5. In the office

| Диалог | A | B | C | D |
|--------|---|---|---|---|
| | | | | |

Dialogue A

A: Is it going to be sunny at the weekend?

B: Yes, I think so. That's what I heard on the radio.

A: Good! Then we're going to have the party outside.

B: OK. But we're going to need some more chairs.

A: I'm going to see John later. I can ask him to bring some.

B: Good idea. Is he going to bring some extra plates and glasses, too?

A: Yes, he is.

Dialogue B

A: What're you doing tonight?

B: Nothing. Why?

A: Do you want to go out somewhere?

B: Yeah. We can go to the cinema in town.

A: Good idea. What do you want to see?

B: There's a new film with George Clooney. I love him. I think it starts at eight.

A: OK- Do you want to go for a coffee first?

B: That sounds great. Do you know a good place to meet?

A: How about at Michel's Cafe at seven o'clock?

B: Perfect. See you there!

Dialogue C

A: Yes, I'd like a ticket to London, please. For today.
B: Single?
A: No, return, please. I'm coming back on Thursday.
B: OK. First or second class?
A: Second is fine.
B: That's £62 please. How would you like to pay? By cash or card?
A: Is Visa OK?
B: Of course. Just enter your PIN here, please. Thank you.

Dialogue D

A: Have you been to Egypt before?
B: No, I haven't. This is my first time, but my husband has — he was in Alexandria, in the north of Egypt.
A: It's a very beautiful place. Well, I hope you're enjoying my country. Have you seen any famous places yet?
B: Oh, yes! We've been to Luxor.
A: Oh, very good. Did you like it?
B: Yes, we loved it. It was very romantic. And we saw the Valley of the

Вопросы к дифференцированному зачёту

1. Требования к специалисту по рекламе. Его личные и профессиональные качества.
2. Специфика работы специалиста по рекламе.
3. Собеседование на работу: разыгрывание диалога.
4. Наружная реклама.
5. Анализ рекламных сообщений.
6. Социальная реклама.
7. Сравнение видов рекламы и анализ рекламного сообщения.
8. Понятия: баннер, текстовый блок, байрики, interstitials, минисайты, коллажи и т. д.
9. Интернет как рекламное пространство.
10. Взаимодействие пользователя с рекламой в Интернете.
11. Прямой маркетинг.
12. Брендинг, имиджевая реклама.
13. SMM.
14. Рекламный бриф.
15. Составление схемы этапов рекламной кампании.
16. ЦА. Составление портрета ЦА на примере.
17. Описание компаний конкурентов по плану.

Критерии оценки знаний:

«5» (отлично) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специально-

сти, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания;

«4» (хорошо) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания с небольшими неточностями и коррекцией действий преподавателем;

«3» (удовлетворительно) - ставится обучающимся, обладающим необходимыми знаниями, но допустившими неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических заданий, не умеет обосновывать свои суждения;

«2» (неудовлетворительно) – ставится обучающимся, имеющим разрозненные и бессистемные знания, не может применять знания для решения практических задач или отказ отвечать.

Обязательная контрольная работа №1

Критерии оценки знаний:

«5» (отлично) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания;

«4» (хорошо) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания с небольшими неточностями и коррекцией действий преподавателем;

«3» (удовлетворительно) - ставится обучающимся, обладающим необходимыми знаниями, но допустившими неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических заданий, не умеет обосновывать свои суждения;

«2» (неудовлетворительно) – ставится обучающимся, имеющим разрозненные и бессистемные знания, не может применять знания для решения практических задач или отказ отвечать.

Обязательная контрольная работа №2

Критерии оценки знаний:

«5» (отлично) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания;

«4» (хорошо) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания с небольшими неточностями и коррекцией действий преподавателем;

«3» (удовлетворительно) - ставится обучающимся, обладающим необходимыми знаниями, но допустившими неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических заданий, не умеет обосновывать свои суждения;

«2» (неудовлетворительно) – ставится обучающимся, имеющим разрозненные и бессистемные знания, не может применять знания для решения практических задач или отказ отвечать.

Вопросы к дифференцированному зачёту

Критерии оценки знаний:

«5» (отлично) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания;

«4» (хорошо) – ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания с небольшими неточностями и коррекцией действий преподавателем;

«3» (удовлетворительно) - ставится обучающимся, обладающим необходимыми знаниями, но допустившими неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических заданий, не умеет обосновывать свои суждения;

«2» (неудовлетворительно) – ставится обучающимся, имеющим разрозненные и бессистемные знания, не может применять знания для решения практических задач или отказ отвечать.