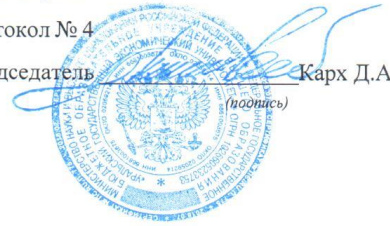


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФИО: Силин Яков Петрович ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 11.06.2026 10:16:35  
Уникальный программный ключ заседания кафедры  
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

05.12.2025 г.  
протокол № 4  
И.о. зав. кафедрой Маркова Т.Л.

**Утверждена**  
Советом по учебно-методическим  
вопросам и качеству образования  
16 декабря 2025 г.  
протокол № 4  
Председатель Карх Д.А.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Наименование дисциплины Деловой английский язык (уровень В2)  
Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент  
Профиль Международный менеджмент  
Форма обучения очная  
Год набора 2026  
Разработана:  
Ст. преподаватель  
Первухина И.В.

Екатеринбург  
2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>3</b>
<b>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН</b>	<b>4</b>
<b>6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ</b>	<b>5</b>
<b>7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>8</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ</b>	<b>10</b>
<b>9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>10</b>
<b>10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>11</b>
<b>11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>12</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)
---------	---

### 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Деловой английский язык (уровень В2)» является формирование коммуникативной языковой компетенции, для подготовки к осуществлению деятельности в различных сферах экономики, где рабочим языком является иностранный. Коммуникативная языковая компетенция состоит из лингвистического, социолингвистического и прагматического компонентов. Каждый из компонентов включает в себя определенные знания, умения и навыки, а именно:

Лингвистический компонент: знание лексики, фонетики и грамматики иностранного языка.

Социолингвистический компонент: знание правил и норм использования иностранного языка в различных типовых ситуациях общения.

Прагматический компонент: умение пользоваться языковыми средствами в определенных функциональных целях.

Формирование коммуникативной языковой компетенции реализуется во всех основных видах речевой деятельности: чтение (ознакомительное и изучающее), слушание, говорение (диалогическое и монологическое), письмо.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 7						
Зачет	108	24	0	24	84	3
Семестр 8						
Экзамен	216	24	12	12	165	6
	324	48	12	36	249	9

### 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
организационно-управленческий	

ПК-4 Контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	<p>ИД-1.ПК-4 Знать:</p> <p>Нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность</p> <p>Международные договоры в сфере внешнеэкономической деятельности</p> <p>Стандарты и требования внешних рынков к продукции</p> <p>Методы и инструменты работы с базами данных внешних рынков</p> <p>Правила оформления документации по внешнеторговому контракту</p> <p>Порядок документооборота в организации</p> <p>Основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности</p> <p>Условия внешнеторгового контракта</p> <p>Маркетинг и особенности ценообразования</p> <p>Этика делового общения и правила ведения переговоров</p> <p>Английский язык (пороговый продвинутый уровень В2)</p> <p>Основы экономической теории</p> <p>Основы трудового законодательства Российской Федерации</p> <p>Правила административного документооборота</p> <p>Порядок составления установленной отчетности</p> <p>Правила пожарной безопасности</p> <p>Требования охраны труда</p>
	<p>ИД-2.ПК-4 Уметь:</p> <p>Использовать вычислительную, копировальную, вспомогательную технику и различные виды телекоммуникационной связи</p> <p>Анализировать и систематизировать информацию о процессе исполнения обязательств участниками внешнеторгового контракта</p> <p>Вести деловую переписку с иностранными партнерами для получения информации об исполнении обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>Взаимодействовать с подразделениями организации и сторонними организациями для осуществления контроля исполнения контрактных обязательств</p> <p>Составлять отчеты и готовить предложения по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту</p>
	<p>ИД-3.ПК-4 Иметь практический опыт</p> <p>Разработка плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>Организационно-техническое сопровождение участия организации в исполнении обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>Мониторинг отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту</p> <p>Организация процедуры приемки отдельных этапов исполнения внешнеторгового контракта</p> <p>Привлечение к участию и контроль участия исполнителей в зависимости от этапов реализации внешнеторгового контракта</p> <p>Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы</p> <p>Подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту</p>

## 5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов
------	-------

	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 7		108					
Тема 1.	Продукт и мировые бренды. Бренд менеджмент (ПК-4)	108			24	84	
Семестр 8		79					
Тема 2.	Продвижение товара на рынок (ПК-4)	79	12		6	61	
Семестр 8		110					
Тема 3.	Реклама (ПК-4)	110			6	104	

## 6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1	Монологическое высказывание (Приложение 4)	Анализ бренда (по выбору студента).	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано Оценивается логика и аргументированность изложения материала, и соответствие лексическим, грамматическим и стилистическим нормам языка Максимально - 10 баллов
Тема 1	Проект (Приложение 4)	Групповой проект предполагает разработку продукта и его представление (по выбору студента).	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимальное количество баллов - 10 баллов

Тема 1	Кейс (Приложение 4)	Предлагается решение проблемного задания на закрепление материала и практическое применение полученных знаний.	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов
Тема 2	Монологическое высказывание (Приложение 4)	Анализ неверной стратегии по продвижению продукта (по выбору студента).	Оценивается а) умение доказательно и логично излагать свои мысли и делать выводы, б) соблюдать грамматические, лексические, синтаксические нормы в построении предложений, в) разнообразие лексики. Максимальное количество
Тема 3	Эссе (Приложение 4)	Предлагается написать эссе на заданную тему в соответствии с предъявляемыми требованиями	Оценивается умение письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить ее анализ и делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Максимальное количество баллов - 10 баллов

Тема 1-3	Кейс (Приложение 4)	Предлагается решение проблемного задания на закрепление материала и практическое применение полученных знаний.	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов
<b>Промежуточная аттестация(Приложение 5)</b>			
7 семестр (За)	Билет для зачета (приложение 5)	Билет состоит из двух заданий: 1) устного сообщения по теме; 2) лексического теста	50-100%
8 семестр (Эк)	Экзаменационный билет (Приложение 5)	Билет состоит из двух заданий: 1( устного сообщения по теме 2) пересказа содержания текста на английском языке	50-100%

### **ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ**

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль.Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов.  Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

## 7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Содержание лекций

Тема 2. Продвижение товара на рынок (ПК-4)

Составные процесса стимулирования спроса на товар. Достоинства и недостатки составных процесса стимулирования спроса (реклама, создание общественного имиджа, стимулирование продаж, и прямые продажи). Инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках.

### 7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 2. Продвижение товара на рынок (ПК-4)

Составные процесса стимулирования спроса на товар: реклама, создание общественного имиджа, стимулирование продаж, и прямые продажи. Достоинства и недостатки каждой составляющей.

Тема 3. Реклама (ПК-4)

Реклама как составная процесса стимулирования спроса на товар. Характеристики эффективной рекламы. Модель AIDA. Способы убеждения покупателя. Транснациональные рекламные кампании: успехи и провалы.

### 7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 2. Продвижение товара на рынок (ПК-4)

Опишите составные процесса стимулирования спроса на товар. Опишите достоинства и недостатки составных процесса стимулирования спроса (реклама, создание общественного имиджа, стимулирование продаж, и прямые продажи).

Тема 3. Реклама (ПК-4)

Опишите функции рекламы. Опишите характеристики эффективной рекламы.м Что такое модель AIDA? Какие существуют способы убеждения покупателя? Транснациональные рекламные кампании: при ведите примеры успехов и провалов

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ  
Не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося  
Материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы  
Не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы  
Не предусмотрено

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

### ***По заявлению студента***

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Сайт библиотеки УрГЭУ**  
<http://lib.usue.ru/>

### **Основная литература:**

2. Маркова Т. Л., Никифорова М. В., Пирожкова И. С. Грамматика английского глагола [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. - 99 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/22/p494491.pdf>

### **Дополнительная литература:**

2. Маркова Т. Л. INTERNATIONAL MANAGEMENT [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2014. - 103 – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/14/p482014.pdf>

3. Андриевских С. С., Бороненкова Н. Л., Дроздова И. Б., Лапина В. Ю., Николаева Н. А., Николаева Н. А. Economics for Everyone [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2015. - 256 – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/16/p486192.pdf>

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **Перечень лицензионного программного обеспечения:**

Astra Linux Common Edition. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

### **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант+. Договор № 143/223-У/2025 от 02.12.2025 Срок действия лицензии до 31.12.2026

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

### 7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

#### 7 семестр (зачет)

1. What is a product? Products and brands: is it the same concept? What is the difference between a product line and a product range? What is the importance of a product life cycle? What are the stages of a product life cycle? Illustrate a product life cycle with your own examples.
2. What affects the length of a product line? What strategies can a company use to increase market share and profitability? Illustrate with examples how these strategies were used both successfully and unsuccessfully.
3. What is the difference between products and brands? What is branding? What types (categories) of brands do you know? Why do consumers need brands? Why do producers need brands? What strategies could producers use with regard to branding? Illustrate with examples how these strategies were used both successfully and unsuccessfully.
4. What is the role of Place and Price in the Marketing Mix? What are the key strategies in price setting? What are the options in building channels of distribution?

#### 8 семестр (экзамен)

1. What is the Promotion Mix? What is its function? What are the advantages and disadvantages of different components of the Promotion Mix?
2. What is advertising? What is its function? What are the types of advertising?
3. What is a brief? What is a media plan? What advertising media and methods do you know? Which are the most/least effective in your opinion? Why?
4. What factors are essential in making a good advertisement and successful advertising campaign? Give examples.
5. What techniques do advertisers use to persuade consumers to buy a product or a service? Give examples.
6. Do you think advertising is an art? What would the world be like without advertising? Illustrate your statements with examples.
7. How important are ethic issues in advertising? Do you think advertising is a clever way of lying about products? Illustrate your statements with examples.

### 7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету /экзамену

**Примерные практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету**

**7 семестр (зачет)**

#### 1. Допуск к зачету

- Контрольное аудирование (в классе) (ПК-4)

#### 2. Give the English equivalents to the following Russian word and phrases (ПК-4)

- 1) постоянное совершенствование
- 2) технические характеристики
- 3) отраслевые стандарты
- 4) клиент, не имеющий предпочтительного бренда
- 5) клиент, предпочитающий определенную торговую марку
- 6) рентабельность
- 7) возможности рынка
- 8) доля рынка
- 9) выстроить рыночную стратегию
- 10) стимулирование сбыта
- 11) нишевой продукт
- 12) приобретать товары и услуги
- 13) соотношение цены и качества
- 14) обеспечить качества продукта/услуги
- 15) создать образ социальной ответственности
- 16) платить премию
- 17) сохранить лидерство на рынке
- 18) барьер для входа на рынок
- 19) целевой рынок
- 20) вытеснять конкурентов с рынка

**3. Speak about the chosen topic. Answer the teacher's questions if there are any. See the list of topic in Annex 1. (ПК-4)**

**8 семестр**

**Примерные практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к экзамену**

#### 1. Допуск к экзамену:

- Контрольное аудирование (в классе) (ПК-4)
- Наличие глоссария. Проверка знания вокабуляра по темам (устно) (ПК-4)

**2. Read the text (~ 2000 symbols) and render it in English. Answer the teacher's questions if there are any (ПК-4)**

**3. Speak about the chosen topic. Answer the teacher's questions if there are any.** See the list of topic in Annex 1. (IIK-4).

*(sample text for rendering)*

### **How not to name a new car**

#### **Companies that get it wrong risk both derision and outrage**

Bestowing a name on a car, as on a child, is not to be taken lightly. By naming his progeny x æ a-xii, Elon Musk has condemned the boy to a lifetime of befuddled attempts at pronunciation ("ex ash ay twelve", for those wondering). Naming the first four models produced by Tesla, his car company, s, 3, x and y was equally asinine.

Yet model names that provoke derision or outrage are surprisingly common in the car business. The Ora Funky Cat, from a sub-brand of China's Great Wall Motors, was recently renamed the Ora 03, ostensibly as part of a new global brand strategy but mainly because it sounded daft. Peugeot's Bipper Tepee, now discontinued, was about as bad. (Peugeot is owned by Stellantis, whose largest shareholder, Exor, part-owns *The Economist*.) The Nissan Cedric, a large saloon on sale from 1960 until 2004, sounded like it belonged in the previous century. It eventually became the Datsun 200 series in many overseas markets.

Other examples are more off-putting. The Studebaker Dictator was renamed the Commander in 1938 (for obvious reasons), but not so the Suzuki Esteem (though it brought owners none) or Mitsubishi Carisma (it lacked any, and an "h"). Some carmakers have been caught out by unfortunate translations. Chevrolet's Nova meant "no go" in Spanish, while the Mazda Laputa translated as "prostitute". Ford's Pinto (pictured) meant "small penis" in Brazilian slang. Employing letters and numbers is safer but not foolproof. The Toyota mr2 had to drop the *deux* in France: the full name sounded close to the word for "shit".

Geopolitics has lately made naming a car even more treacherous. Xiaomi, a Chinese tech giant that has turned to carmaking, wants to brand the platform underpinning its inexpensive su7 saloon Modena. This happens to be the name of the Italian city where Ferrari (also part-owned by Exor) and Maserati (of Stellantis), two somewhat pricier European marques, hail from. That has incurred the displeasure of the city's mayor and Italy's minister for enterprise, and may fall foul of an Italian law banning the use of Italian place names for foreign products.

It is not only Chinese carmakers that have committed such faux pas. In April Alfa Romeo, one more Italian carmaker owned by Stellantis, was forced to hastily rebrand the Milano, a small suv, as the Junior days after it was launched. The car is made in Poland. Before long a foreign carmaker might try to win favour with Chinese customers by calling one of its models the Hangzhou, after the country's carmaking heartland. They should think twice.

*Possible questions:*

In author's opinion, what might be the sequence(s) of choosing the wrong name for a car? Is this relevant with regard to other products?

Have you ever experienced facing the names that were translated from one language to another and communicated the wrong message?