Автономная некоммерческая организация дополнительного образования
«Международная школа английского языка «ПРЕМИУМ»

Утверждаю:
Директор АНО ДО «ПРЕМИУМ»

_____ /
_____ /

Календарный учебный график «Деловой курс английского языка»

Цель уровня – изучение базового курса делового англиского , овладение специализированными бизнес терминами языка, необходимых в ряде профессиональных ситуаций.

Категория слушателей – специалисты и руководители, имеющие общее среднее, среднее специальное и высшее профессиональное образование, имеющие знания по английскому языку.

Общее количество учебных часов – 45 часов

Форма обучения –очно-заочная, с дистанционным использованием интерактивного метода обучения.

Структура учебного курса включает: 3 модуля по 4 раздела (Unit), которые включают в себя 3 урока. Каждый урок состоит из аудирования (понимание речи на слух), грамматического материала, задания для обсуждения и домашнего задания.

Режим занятий – 3 раза в неделю по 1,5 часа.

№	Наименование разделов и дисциплин	Всего, час.	в том числе:			Форма контроля
			Теоретические занятия (мультимедия)	Практические занятия(Сошиал и Комплиментари класс)	Самостоятельная работа	Зачет (Энкаунтер)
1	**Общий курс английского языка английский язык уровня «Waystage Pro”**	15	5	4	5	1
2	**Общий курс английского языка английский язык уровня «Upper Waystage Pro”**	15	5	4	5	1
3	**Общий курс английского языка английский язык уровня «Threshold Pro ”**	15	5	4	5	1

	Проверка грамматики и словарного запаса студента					
	Проверка : • беглости устной речи					

	• письменной речи • устных и письменных навыков					
	Итоговый тест					
	Окончание курса, мнение студента о пройденном им курсе, вопросы-ответы, оценка студентом своих способностей					
	Итого по курсу:	**45**	**15**	**12**	**15**	**3**

Навыки после прохождения уровня: после завершения курса Делового английского языка Pro студент может проводить групповое собеседование на английском языке, обсуждать кого принять на работу и почему. Студент способен планировать переговоры с новыми ключевыми клиентами, умеет вести полемику, организовывать презентации, делать выводы на основе исследований рынка.