

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет РГФ

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

А.Г. Иванов
«25» ноября 2017 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.07 «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»**

Направление подготовки/специальность 41.03.01. Зарубежное
регионоведение

Направленность (профиль) / специализация «Европейские исследования»

Программа подготовки – академическая

Форма обучения – очная

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины «Деловой иностранный язык» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 41.03.01 Зарубежное регионоведение

Программу составила:

Е.В. Петрушова, доцент, к.ф.н. _____

Рабочая программа дисциплины «Деловой иностранный язык» утверждена на заседании кафедры английского языка в профессиональной сфере

протокол № ____ «____» _____ 2017г.

Заведующий кафедрой Гурьева З.И. _____

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры зарубежного регионоведения и дипломатии

протокол № ____ «____» _____ 2017г.

Заведующий кафедрой Евтушенко А.С. _____

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета РГФ
протокол № ____ «____» _____ 2017г.

Председатель УМК факультета _____

Рецензенты:

Ярмолинец Л.Г., зав. кафедрой, ФГБОУ ВО «КГУФКСТ»

Лучинская Е.Н., зав. кафедрой, ФГБОУ ВО «КубГУ»

Структура и содержание рабочей программы

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины

1.2 Задачи дисциплины

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Деловой иностранный язык», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

2.2 Структура дисциплины:

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

2.3.2 Занятия семинарского типа

2.3.3 Лабораторные занятия

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Деловой иностранный язык»

3. Образовательные технологии

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Деловой иностранный язык»

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины «Деловой иностранный язык»

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Деловой иностранный язык»

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Деловой иностранный язык»

8.1 Перечень необходимого программного обеспечения

8.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Деловой иностранный язык»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1. Цель дисциплины

Курс дисциплины «Деловой английский язык» закрепляет уже полученные ранее знания и навыки студентов по основам делопроизводства и бизнес этики, способствует дальнейшему развитию навыков ведения телефонных переговоров, составления деловых писем, отчетов и резюме, разработки коммерческих предложений, подготовки презентаций и т.п. Важным компонентом данного курса является практический подход в обсуждении тем и решении ситуаций, с которыми сталкиваются представители различных сфер бизнеса в их повседневной деятельности.

Цель курса – развитие иноязычной общей коммуникативной и профессиональной компетенции. Под коммуникативной компетенцией понимается умение соотносить языковые средства с конкретными сферами, ситуациями, условиями и задачами общения. Совершенствование иноязычной коммуникативной компетенции предполагает дальнейшее развитие речевых, языковых, социокультурных, компенсаторных, учебно-познавательных и профессионально ориентированных умений.

Речевая компетенция – совершенствование коммуникативных умений в четырех основных видах речевой деятельности (говорении, аудировании, чтении и письме).

Языковая компетенция – систематизация ранее приобретенных умений в области фонетики, лексики, грамматики; овладение новыми умениями при оперировании новыми языковыми средствами в коммуникативных целях в соответствии с отобранными темами и сферами общения.

Социокультурная компетенция – увеличение объема знаний о социокультурной специфике страны изучаемого языка, совершенствование умений строить своё речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике, формирование умений выделять общее и специфическое в культуре родной страны и страны изучаемого языка.

Компенсаторная компетенция – развитие умения выходить из положения в условиях дефицита языковых средств при получении и передаче иноязычной информации.

Учебно-познавательная компетенция – развитие общих и специальных учебных умений, позволяющих совершенствовать учебную деятельность по овладению иностранным языком, удовлетворять с его помощью познавательные интересы в других областях знаний.

Профессионально ориентированная иноязычная коммуникативная компетенция – развитие умений устной и письменной коммуникации в сфере специализации; развитие

умений оперирования с иноязычным терминологическим корпусом в рамках специальности.

Наряду с практической целью – обучением общению – данный курс ставит образовательные и воспитательные цели. Достижение образовательных целей осуществляется в аспекте гуманизации и гуманитаризации технического и естественнонаучного образования и означает расширение кругозора студентов, повышение уровня их общей культуры и образования, а также культуры мышления, общения и речи. Воспитательный потенциал предмета «Деловой иностранный язык» реализуется путем формирования уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов.

Таким образом, обучение деловому иностранному языку носит **многоцелевой** характер и направлено:

- на приобретение студентами иноязычной коммуникативной компетенции в профессиональном и межличностном общении;
- получение общекультурных и культурно-специфических знаний для более успешной социализации в поликультурном, поликонфессиональном обществе;
- расширение кругозора, повышение общей культуры мышления, общения и речи в аспекте уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов;
- удовлетворение познавательных интересов обучающихся при изучении специальной литературы на английском языке и творческом осмыслении зарубежного опыта в профилирующей и смежных областях науки и техники;
- развитие навыков самостоятельной работы студентов и стимулирование стремления самостоятельно и непрерывно повышать уровень языковой и речевой компетенции;
- развитие и совершенствование навыков деловой разговорной речи и активизация лексического запаса.

1.2. Задачи дисциплины

Познавательный компонент:

- формирование у студентов знания об особенностях делового этикета в стране изучаемого языка;
- расширение знаний студентов о лексических и стилистических особенностях английского языка, используемого как средство делового общения.

Практический компонент:

- формирование коммуникативной компетенции, предполагающей функциональное использование английского языка как средства делового общения по следующим темам: составление резюме; общение с работодателем; деловая переписка; общение по телефону; общение с деловыми партнерами, участие в деловых встречах и совещаниях, ведение переговоров, презентация.
- развитие способности понимать и порождать иноязычный дискурс с учетом бизнес-этики;
- стимулирование самостоятельной деятельности с целью расширить собственную картину мира;
- развитие умения ориентироваться в медийных источниках информации;
- развитие способности планировать цели, ход и результаты образовательной и исследовательской деятельности;
- развитие способности избежать недопонимания, преодолеть коммуникативный барьер за счет использования известных речевых и метаязыковых средств.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловой иностранный язык» относится к Блоку 1, вариативной части, обязательным дисциплинам по направлению подготовки 41.03.01. «Зарубежное регионоведение». Изучение делового иностранного языка в вузе является составной частью подготовки специалистов, которые должны достичь уровня практического владения иностранным языком, позволяющего им решать различные вопросы делового характера в профессиональной и научной деятельности.

По окончании курса обучения бакалавры должны владеть лексической, грамматической и стилистической нормами иностранного языка в пределах программных требований и правильно использовать их при решении вопросов деловой коммуникации в форме устного и письменного общения.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине Б1.В.07 «Деловой иностранный язык», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность владеть профессиональной лексикой, быть готовым к участию в научных дискуссиях на профессиональные темы (ОПК-13);

- способность владеть базовыми навыками чтения и аудирования текстов общественно-политической направленности на языке (языках) региона специализации (ОПК-14);

– Способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке, в том числе языке региона специализации, в рамках уровня поставленных задач (ПК-2).

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-13	Способность владеть профессиональной лексикой, быть готовым к участию в научных дискуссиях на профессиональные темы	– фонетический, грамматический и лексический строй иностранного языка, профессиональную терминологию; – основные типы письменных, устных и электронных речевых произведений на ИЯ.	– понимать диалогическую и монологическую речь в сфере бытовой и профессиональной коммуникации; – переводить специальную литературу на ИЯ, составлять письменные, устные и электронные речевые произведения на ИЯ; – самостоятельно добывать профессиональные знания с использованием иностранного языка для развития способности к самообразованию и профессиональному самосовершенствованию средствами иностранного языка.	– навыками устной и письменной речи на ИЯ для общения в бытовой и профессиональной сфере; – навыками электронной коммуникации на ИЯ; – следующими видами речевых произведений: эссе, сообщения, частное письмо, деловое письмо, биография, резюме; – основами публичной речи (устное сообщение, доклад, реферат, презентация).
2.	ОПК-14	Способность владеть базовыми навыками чтения и аудирования текстов общественно-политической направленности на языке (языках) региона специализации	– основные особенности официально-делового стиля, бизнес этики, правила речевого этикета.	– вести диалог-беседу общего и профессионального характера, соблюдая правила речевого этикета	– основными навыками письма, необходимыми для ведения деловой переписки, составления резюме, отчетов.

3.	ПК-2	Способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке, в том числе языке региона специализации, в рамках уровня поставленных задач	– фонетический, грамматический и лексический строй иностранного языка, профессиональную терминологию; – основные типы письменных, устных и электронных речевых произведений на ИЯ; – нормы произношения, чтения; – основные приемы аннотирования, реферирования и перевода литературы по специальности	– понимать сообщения профессионального характера (в монологической форме и в ходе диалога), относящегося к сфере и ситуациям делового общения; – участвовать в диалоге (беседе), выражать определенные коммуникативные намерения (запрос / сообщение информации, выяснение мнения собеседника, выражение собственного мнения по поводу полученной информации, выражение одобрения / недовольства, уклонения от ответа); – аргументированно излагать свою точку зрения, мнение по обсуждаемой проблеме; – излагать содержание прочитанного в виде резюме и эссе; – делать сообщения, презентации, доклады с предварительной подготовкой; – реализовать на письме коммуникативные намерения (установление деловых контактов, напоминание, выражение благодарности, сожаления, упрека).	– лексическим минимумом в объеме не менее 3 000 единиц, из них 1 500 – продуктивно общего и терминологического характера; – грамматическими структурами, необходимыми для устной и письменной форм общения; – всеми видами чтения оригинальной литературы: а) ознакомительным чтением; б) изучающим чтением, в том числе литературы по специальности (обзоров, технической документации, описание экспериментов, справочные пособия, научные статьи); – всеми видами деловой корреспонденции; – основными навыками письма, необходимыми для ведения деловой переписки, составления резюме, отчетов.
----	------	---	---	---	---

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы 108 часов, их распределение по видам работ представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего)	54	54			
Занятия лекционного типа					
Лабораторные занятия	54	54			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	-				
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:	53,8	53,8			
Курсовая работа					
Проработка учебного (теоретического) материала	22	22			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	20	20			
Подготовка к текущему контролю	11,8	11,8			
Контроль:					
Подготовка к зачету					
Общая трудоёмкость час	108				
в том числе контактная работа	54,2	54,2			
зач. ед.	3	3			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 5 семестре (для студентов ОФО)

№ разд ела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Organisation	16			8	8
2.	Human Resources	16			8	8
3.	Travel	8			4	4
4.	Brands	12			6	6
5.	Change	8			4	4
6.	Advertising	8			4	4
7.	Leadership	8			4	4
8.	Cultures	16			8	8
9.	International Markets	8			4	4
10.	Competition	7,8			4	3,8
	<i>Зачет</i>	0,2				
	<i>Итого по дисциплине:</i>	108			54	53,8

2.3. Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

Занятия лекционного типа – не предусмотрены.

2.3.2 Занятия семинарского типа

Занятия семинарского типа – не предусмотрены.

2.3.3 Лабораторные занятия

№	Наименование раздела (темы)	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Organisation	Speaking: Talk about status within an organization. Vocabulary: Words and expressions to describe company structure. Grammar: Noun combinations. Reading: A successful organization. Listening: An interview with a management consultant. Skills: Socialising: introductions and networking.	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания, словарный диктант, написание сообщения.
2.	Human Resources	Speaking: Talk about job interviews. Vocabulary: Expressions for talking about job applications. Grammar: -ing forms and infinitives Reading: Women at work. Listening: An interview with an international recruitment specialist. Skills: getting information on the phone. Writing: CV, cover letter.	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания, словарный диктант, написание сообщения, проверка письменных работ.
3.	Travel	Speaking: Talk about your travel experiences. Vocabulary: British and American travel words. Grammar: Talking about the future. Reading: What business travelers want. Listening: An interview with a sales director of a hotel chain. Skills: Telephoning: making arrangements.	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания, словарный диктант.
4.	Brands	Speaking: Talk about your favourite brands. Vocabulary: Brand management. Grammar: Present Simple and Present Continuous. Listening: An interview with a brand manager. Reading: Building luxury brands. Skills: Taking part in meetings.	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания, словарный диктант.
5.	Change	Speaking: Discuss attitudes to change in general and at work. Vocabulary: Words for describing change.	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания,

		Grammar: Past Simple and Present Perfect. Reading: Mercedes, shining star. Skills: Managing meetings.	словарный диктант.
6.	Advertising	Speaking: Discuss authentic advertisements. Vocabulary: Words and expressions for talking about advertising. Grammar: Articles. Reading: A new kind of campaign. Listening: An interview with a marketing communications executive. Skills: Starting and structuring a presentation. Writing: letter.	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания, словарный диктант, проверка письменных работ.
7.	Leadership	Speaking: Discuss the qualities of good leadership. Vocabulary: Words to describe character. Grammar: Relative clauses. Listening: An interview with a managing director of an executive recruitment company. Reading: Leading L'Oreal. Skills: Presenting. Writing: e-mail.	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания, проверка письменных работ.
8.	Cultures	Speaking: Discuss the importance of cultural awareness in business. Vocabulary: Idioms for talking about business relationships. Grammar: Advice, obligation and necessity. Reading: Culture shock. Listening: An interview with the manager of a cultural training centre. Skills: Social English. Case study: Prepare a talk on business culture.	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания, написание сообщения.
9.	International Markets	Speaking: Discuss the development of international markets. Vocabulary: Expressions for talking about free trade. Grammar: Conditions. Reading: Trade between China and the US. Listening: An interview with an expert on negotiating. Skills: Negotiating.	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания, словарный диктант.
10.	Competition	Speaking: Do a quiz on how competitive you are. Vocabulary: Idioms from sport to describe competition. Grammar: Passives. Listening: An interview with a manager from the competition Commission.	Фронтальный опрос, проверка домашнего задания.

		Reading: Head to head competition. Skills: Negotiating.	
11.	Обзор пройденного материала и прием зачета		

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы – не предусмотрены.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Деловой иностранный язык»

№	Наименование раздела (темы)	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Organisation	1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Деловой иностранный язык», утвержденные кафедрой английского языка в профессиональной сфере, протокол № 10 от 02 июня 2017г. 2. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.): [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp. 3. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher's Resource Book// Bill Mascull. - [Harlow, Essex (U.K.): [Longman/Pearson Education], 2010. – 215 pp.
2	Human Resources	1. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.): [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp. 2. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher's Resource Book// Bill Mascull. - [Harlow, Essex (U.K.): [Longman/Pearson Education], 2010. – 215 pp.
3	Travel	1. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.): [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp. 2. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher's Resource Book// Bill Mascull. - [Harlow, Essex (U.K.): [Longman/Pearson Education], 2010. – 215 pp.
4	Brands	1. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.): [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp. 2. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher's Resource Book// Bill Mascull. - [Harlow, Essex (U.K.): [Longman/Pearson Education], 2010. – 215 pp.
5	Change	1. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.): [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp. 2. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher's Resource

		Book// Bill Mascull. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 215 pp.
6	Advertising	1. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp. 2. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher's Resource Book// Bill Mascull. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 215 pp.
7	Leadership	1. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp. 2. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher's Resource Book// Bill Mascull. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 215 pp.
8	Cultures	1. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp. 2. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher's Resource Book// Bill Mascull. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 215 pp.
9	International Markets	1. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp. 2. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher's Resource Book// Bill Mascull. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 215 pp.
10	Competition	1. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp. 2. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher's Resource Book// Bill Mascull. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 215 pp.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла;

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,

- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

4. Образовательные технологии

Специфика дисциплины предусматривает исключительно практические занятия. При освоении дисциплины используются образовательные технологии, предполагающие активные и интерактивные формы проведения занятий, а именно: ролевая игра, презентация, мозговой штурм на начальной стадии введения темы, деловая игра на заключительных ступенях освоения дисциплины, дискуссия, работа с Интернет источниками, реферирование статей, работа с DVD-ROM к учебному комплексу “Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book”. Для организации самостоятельной работы предлагается активно использовать задания из Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher’s Resource Book, работу с источниками в Интернете для подготовки реферативных заданий. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

5. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса на лабораторно-практических занятиях, где оцениваются ответы студентов, качество выполнения домашних работ, индивидуальных заданий. Он реализуется в форме фронтального опроса/беседы, проверки внеаудиторного чтения, письменных работ, дискуссии.

Темы дискуссий

по дисциплине «Деловой иностранный язык»

Раздел 1 «Организация: основные характеристики и типы компаний»

Тема дискуссии: обсудить в группе основные виды организации бизнеса, их характерные черты, преимущества и недостатки. Следующие вопросы помогут выстроить ход дискуссии:

1. Would you like to work in a big company or corporation? Why/ Why not?
2. Which people in an organization have their own office? Do they have their own office because of: seniority, a need for confidentiality, the type of work they do?
3. What shows a person's status in an organization? Think of a reserved parking space, an office with a view, a uniform, a personal business card, etc.
4. What departments comprise company structure? What are their responsibilities? Would you like to work for any of them? Why/ Why not?
5. What are perks? What perks appeal to you the most?
6. How are most companies organized?
7. Would you like to work for a company where the headquarters make the major decisions or for one in which regional offices are given considerable decision-making powers?

Раздел 2 «Работа»

Тема дискуссии: дать развернутый ответ на вопросы: «Какие факторы являются решающими при приеме на работу?», «Какие факторы не учитываются при трудоустройстве?». А также высказать свое мнение относительно следующих утверждений:

1. At work, appearance is more important than performance.
2. You should keep your private life totally separate from your work.
3. People don't change much during their working lives.
4. It's best to work for as few organisations as possible.
5. Everybody should retire at 50.

Раздел 3 «Путешествие»

Тема дискуссии: обсудить в группе основные вопросы, связанные с авиаперевозками и размещением в гостиницах, рассмотреть преимущества и недостатки дешевых и дорогих авиалиний. Следующие вопросы помогут выстроить ход дискуссии:

1. How often do you travel by air? Rail? Road and sea?
2. Do you enjoy travelling? What don't you enjoy about it?
3. Which is more important to you when you travel: comfort, safety, price, reliability, speed? Justify your point of view.
4. What irritates you most when you go travelling?
5. What factors do you consider when choosing an airline?
6. What is important for you when staying in a hotel?

Раздел 4 «Формирование торгового бренда»

Тема дискуссии: обсудить в группе основные вопросы создания, поддержания, защиты и продвижения брендов. Следующие вопросы помогут выстроить ход дискуссии:

1. Do you prefer branded goods to unbranded goods? Why/ Why not?
2. Can you name any international or domestic brands you prefer? What image and qualities does each one have?
3. How loyal are you to the brands you've named? Why do people buy brands?
4. Why do you think some people dislike brands?
5. How can companies create brand loyalty?
6. Can you give any example of successful or unsuccessful brand-stretching?
7. Think of a cheap or expensive idea for a product launch?

Раздел 5 «Изменения»

Тема дискуссии: обсудить в группе отношение студентов к переменам в работе и их жизни, в общем. В ходе дискуссии студенты отвечают на следующие вопросы:

1. Which of these situations would you find most difficult to deal with?
 - a) Moving house
 - b) Driving abroad
 - c) Losing a pet
 - d) A new boss
 - e) Moving to another country
 - f) Changing your job
 - g) Getting married (again!)
 - h) New neighbours
2. Which of these business situations would worry you most? Why?
 - a) You find out that your company will be merging with another company.

- b) You keep your job after a merger, but you are in a less powerful position.
- c) You keep your job after a merger, but you have to take a salary cut.
- d) Your company has to relocate to the other side of the city.
- e) You are asked to relocate to a foreign country.
- f) You are promoted, but are now in charge of a hostile workforce.
- g) You have to move from your own office to a large, open-plan office.
- h) You have to work with a completely new computer system.
- i) You have to decide who to make redundant in your new department after a merger.
- j) Your company language becomes English.

Раздел 6 «Реклама»

Тема дискуссии: обсудить в группе роль рекламы в жизни общества, виды рекламы, способы рекламирования товара, а также разобрать конкретные рекламные объявления (их сильные и слабые стороны). Следующие вопросы помогут выстроить ход дискуссии:

1. What makes a good TV advertisement?
2. Do you think that these advertising practices are acceptable? Are any other types of advertisement offensive?
 - a) Using children in advertisements
 - b) Using actors who pretend to be 'experts'
 - c) Using nudity in advertisements
 - d) Using 'shock tactics' in advertisements
 - e) Promoting alcohol on TV
 - f) Comparing your products to your competitors' products
 - g) An image flashed onto a screen very quickly so that people are influenced without noticing it (subliminal advertising)
 - h) Exploiting people's fears and worries
3. Which of the following statements do you agree with?
 - a) People remember advertisements, not products.
 - b) Advertising has a bad influence on children.
 - c) Advertising tells you a lot about the culture of a particular society.

Раздел 7 «Лидерство»

Тема дискуссии: обсудить в группе основные качества хорошего руководителя, привести примеры выдающихся лидеров в истории, выяснить, есть ли гендерные различия в стилях руководства. Следующие вопросы помогут выстроить ход дискуссии:

1. Which modern or historical leaders do you most admire? Which do you admire the least? Why?
2. What makes a great leader? Write down a list of characteristics. Compare your list with other groups.
3. Are there differences between men and women as leaders? Why have most great leaders been men?
4. Do you think great leaders are born or made?
5. Do you think first-born children make the best leaders?
6. What is the difference between a manager and a leader?

Раздел 8 «Бизнес культуры в разных странах»

Тема дискуссии: обсудить в группе, что такое бизнес культура и каковы сходства и различия бизнес культур в разных странах. Дискуссия выстраивается с помощью следующих вопросов:

1. What do you miss most about your own culture when you go abroad?
2. Why is cultural awareness important for businesspeople? Give examples.
3. What is culture? What factors do you think are the most important in creating a culture? Give your reasons.
4. Do you think cultures are becoming more alike? Is this a good thing or a bad thing?
5. How important are these things when doing business in your country? Are they a) important, b) not important or c) best avoided?
 - a) exchanging business cards
 - b) shaking hands
 - c) bowing
 - d) kissing
 - e) being formal or informal
 - f) punctuality
 - g) humour
 - h) eye contact

Раздел 9 «Международные рынки»

Тема дискуссии: обсудить в группе как развиваются на сегодняшний день международные рынки и как они влияют на нашу жизнь, нашу организацию и нашу страну. Следующие вопросы помогут выстроить ход дискуссии:

1. How has the development of international markets affected:
a) you as a consumer? b) your company/institution? c) your country?
2. How do you think international markets will develop in the future?
3. What is free trade?
4. To what extent do you have free trade in your country?
5. Should certain industries in your country be protected? If so, which ones?
6. Is free trade always a good thing, in your opinion?

Раздел 10 «Конкуренция»

Тема дискуссии: студенты отвечают на ряд вопросов, чтобы понять, на сколько развит в них соревновательный дух. Далее в ходе дискуссии обсуждаются следующие вопросы:

1. Have you ever felt you were flogging a dead horse
a) at work? b) in your private life?
2. Which companies are ahead of the game in your industry or the industry you would like to work in?
3. Can you give an example of a situation when someone
a) moved the goalposts?
b) you were in the driving seat? How did you feel?
4. Name some major players in the following industries: automotive, telecoms, computing, electronics, an industry you know well.

Темы деловых игр по дисциплине «Деловой иностранный язык»

Раздел 1 «Организация: основные характеристики и типы компаний»

1. Тема деловой игры: «Встреча руководителя компании с представителями коллектива».
2. Концепция игры: представители коллектива организовали встречу с работодателем, на которой предлагается обсудить возможные варианты предоставления дополнительных льгот тем сотрудникам, которые показали наилучшие результаты за определенный период трудовой деятельности.

3. Роли:

- руководитель компании;
- представители коллектива.

4. Ожидаемый (е) результат (ы): принятие соответствующего решения по каждому сотруднику.

Инструкции для проведения ролевой игры на английском языке

The employee representatives and the employer are discussing the terms of providing fringe benefits for the company's top-performers.

The employer says that to retain good staff and to encourage them to give off their best while at work requires attention to the financial, psychological and even physiological rewards.

The employee representatives agree that to reward the best workers of the company with a mere pay cheque is not enough. Some other benefits should be offered to them.

Here is a list of additional advantages which could be provided by the employer to supplement these workers' regular pay and which are to be discussed at the meeting.

- expense account;
- free health insurance;
- paid leave;
- reimbursement of transportation costs;
- company holidays;
- pension;
- luncheon vouchers.

These benefits are supposed to be distributed among the mentioned above employees according to the results of their performance appraisal.

Раздел 2 «Работа»

1. Тема деловой игры: «Телефонный разговор между сотрудником отдела кадров универмага и специалистом кадрового агентства “Omnia”».

2. Концепция игры: сотрудник отдела кадров универмага звонит по телефону в кадровое агентство и обсуждает условия найма на работу временных работников.

3. Роли:

- сотрудник отдела кадров универмага;
- специалистом кадрового агентства “Omnia”.

4. Ожидаемый (е) результат (ы): уточнение деталей контракта работников, принимаемых на работу в универмаг.

Инструкции для проведения ролевой игры на английском языке

Role-play this telephone situation in pairs. A department store will be hiring a number of temporary workers from Omnia Employment Agency. The Human Resources Manager calls the agency to discuss some of the terms and conditions of the contract. Read your role cards. then role-play the call.

Human Resources Manager

You are the Human Resources Manager for the Dolphin Department Store. Before you start using the Omnia Employment Agency, you need the following information. Call the agency, identify yourself, state the purpose of the call and get the necessary information.

Ask about:

- introductory fees (If so, how much?)
- the hourly wage for temporary workers
- minimum period to hire a temporary worker (If so, what is it?)
- how much to pay if a temporary worker does overtime or weekend work
- work permits (Who arranges them?)
- travel expenses of temporary workers (Who pays them?)
- when to pay for temporary workers.

Employment agency consultant

You will receive a call from the Human Resources Manager of Dolphin Department Store.

The manager will ask you some questions. Here are the details:

- An introductory fee is charged: 25% of worker's first pay cheque.
- The hourly wage for temporary workers is €12.
- There is a minimum charge of four hours per day for all temporary workers.
- Overtime: company pays time and a half; Saturday/Sunday rates: double the hourly rate.
- Agency is responsible for work permits.
- Travel expenses of workers paid for by the client.
- The agency bills clients each week for the total hours worked by temporary staff.

Раздел 4 «Формирование торгового бренда»

1. Тема деловой игры: «Переговоры между исполнительным директором банка и руководителем отдела розничного банковского обслуживания».
2. Концепция игры: исполнительный директор банка и руководитель отдела розничного банковского обслуживания обсуждают возможность закрытия убыточных филиалов с целью сокращения затрат и инвестирования в другие сферы.
3. Роли:
 - главный исполнительный директор банка;
 - руководитель отдела розничного банковского обслуживания.
4. Ожидаемый (е) результат (ы): достижение конкретных решений по вопросу сокращения затрат.

Инструкции для проведения ролевой игры на английском языке

Step I

Before starting the negotiation review the following tips. These keys will unlock your ability to get the best deal possible under any circumstances.

1. Preparation is Key

Find out about the party you're negotiating with so you can capitalize on your strengths and the party's weaknesses.

2. Have a Strategy

It is the basic principle that is applied to every negotiation.

3. Find the Leverage

In addition to exploiting the other party's weaknesses, concentrate on taking maximum advantage of your strengths.

4. The Offer

An offer is more than just a dollar amount. It must encompass all of the elements of the bargain and will normally comprise the basis for a contract that formalizes the agreement.

5. Go For a Win-Win Solution

Throughout the negotiation, try to determine what you believe to be an acceptable outcome for the other party.

6. Closing the Deal

Always have the endgame in mind as you plot your strategy.

Step II

Role-play this negotiation.

Student A: Chief Executive of the Bank

You want to close branches (10 per cent of the total number):

- 1) in towns where there are too many;
- 2) where the building could be sold to developers for other uses? For examples to be transformed into bars or restaurants.

This will allow the bank to invest more in its online banking operations and other activities.

Student B: Head of Retail Banking

You are against branch closures because the bank:

- 1) needs to be visible everywhere, even if some branches are unprofitable;
- 2) cannot depend completely on its website. For example customers need somewhere to pay in cheques.
- 3) can make good profits in branch banking – what you call “good old-fashioned banking”.

Раздел 10 «Конкуренция»

1. Тема деловой игры: «Переговоры между владельцем розничного магазина и представителем компании-производителя шампуня для женщин “Sheen”».

2. Концепция игры: владелец розничного магазина и представитель компании-производителя шампуня для женщин “Sheen” обсуждают возможность осуществления поставок данного шампуня в магазин на выгодных для обеих сторон условиях.

3. Роли:

- владелец розничного магазина;
- представитель компании-производителя шампуня для женщин “Sheen”.

4. Ожидаемый (е) результат (ы): достижение конкретных решений по вопросам поставок шампуня в магазин.

Инструкции для проведения ролевой игры на английском языке

Role-play the negotiation between a store owner and the manufacturer of Sheen, a hair shampoo for women. Be diplomatic.

Store owner

- You want to order 50 bottles of Sheen at the quoted price.
- You want a 10% discount.
- You want 60 days' credit.

- You want delivery in two weeks.
Shampoo manufacturer
- You get a bonus if the order is over 100 bottles.
- You don't give a discount for orders of less than 100 bottles.
- You want payment on delivery.
- You can deliver in three weeks.

Кейс задачи по дисциплине «Деловой иностранный язык»

Раздел 2 «Работа»

Кейс на тему: «Выбор кандидата на пост управляющего сети фитнес клубов в Бразилии».

Процедура решения кейсов:

Первый этап – знакомство с ситуацией.

Второй этап – выделение основной проблемы, факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать на ситуацию.

Третий этап – предложение концепций или тем для «мозгового штурма».

Четвертый этап – анализ последствий принятия того или иного решения.

Пятый этап – решение кейса – предложение одного или нескольких вариантов (последовательности действий), указание на возможное возникновение проблем, механизмы их предотвращения и решения.

Ситуация: Американская сеть фитнес клубов “Fast Fitness” решила расширять свою сферу влияния в Южной Америке и открыть шесть новых клубов в Бразилии. Однако данные клубы не пользуются большим успехом у жителей г. Сан-Паулу и компания терпит убытки. Члены правления компании проводят заседание, на котором предлагаются к рассмотрению резюме четырех основных кандидатов на пост нового управляющего сети фитнес клубов в Бразилии. Обсудите сильные и слабые стороны каждого кандидата и примите окончательное решение, кого нанять на работу. Напишите письмо с предложением о трудоустройстве выбранному кандидату.

Инструкции для проведения кейса на английском языке

You are directors of Fast Fitness.

1. Study the file cards on the four shortlisted candidates on the opposite page. Hold a meeting to discuss the strengths and weaknesses of each person. Try to rank the four candidates in terms of their suitability for the job.

2. Listen to the interview extracts with each of the candidates and come to a final decision on who should get the job.

Write a letter offering employment to the successful candidate.

Типовые контрольные задания по дисциплине «Деловой иностранный язык»

LISTENING

Track 2

A Listen to the interview with Alicia Chavez, an expert in news media and new technology. Choose the correct answer - a, b or c - to the questions below. You will hear the interview twice.

- 1 What does Ms Chavez say about newspapers?
 - a) They will soon be replaced by the Internet.
 - b) They need to change.
 - c) They are losing money.
- 2 What does Ms Chavez say about the newspaper business?
 - a) It's becoming easier.
 - b) It's becoming more challenging.
 - c) It's always been very difficult.
- 3 What does Ms Chavez say is the main source of income for newspapers?
 - a) Sales
 - b) Marketing services
 - c) Advertising
- 4 What does Ms Chavez say newspapers should do?
 - a) Publish on the Internet
 - b) Encourage readers to buy new devices
 - c) Understand the technology that people use
- 5 How does Ms Chavez say that online content will be paid for mostly?
 - a) By advertising
 - b) By users paying for it directly, for example, through subscriptions
 - c) Through the sale of electronic reading devices
- 6 What does Ms Chavez say about TV?

- a) The TV business and the newspaper business are similar.
- b) TV will probably be replaced by the Internet.
- c) When it was invented, it didn't end the newspaper business.

LANGUAGE

- A Choose the correct words to complete each sentence.
- 7 (I'm going to visit / I visiting) the factory in Itami next week.
 - 8 Have you (ate / eaten) lunch yet?
 - 9 We're (worked / working) very hard this week to meet the deadline.
 - 10 (He move / He's moving) from Brussels to Riyadh in October.
 - 11 We (have / having) a staff meeting every Monday morning.
 - 12 They've (decided / going to decide) to close the Barcelona office.
 - 13 My company (producing / produces) brake parts for cars.
 - 14 My flight (arrives / arrived) next Tuesday at noon and my first meeting is at two o'clock.
 - 15 She (goes / has went) to New York about three times a year.
 - 16 (We've invested / We investing) about two million dollars in R&D so far this year.
 - 17 I usually (take / am taking) a taxi when I go to head office.
 - 18 We (are being / are) very busy these days.

READING

Read the article about brands.

Brands through people

By Simon Glynn

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

A Now decide if these statements are true or false.

- 19 Advertising is by far the most important way of supporting a brand's image.
- 20 Companies often don't invest enough in counter staff.
- 21 Customers may become loyal to an airline if they like the cabin crew.
- 22 Spending money on employee training generally isn't very beneficial to a company.
- 23 Most companies need to understand more about how customers behave.
- 24 Four Seasons and Virgin Atlantic have invested a lot in their people to build brand value.

B Choose the best word or phrase to complete these sentences.

- 25 First Direct has created high customer satisfaction with _____ interaction.
 - a) only a little
 - b) frequent
 - c) Internet-only
- 26 QVC customers feel that they have _____ with the company's presenters.
 - a) little time
 - b) a relationship
 - c) two-way communication

- 27 _____ don't always give a clear understanding of customers.
 a) Satisfaction surveys b) Sales figures c) Perceptions
- 28 Mortgage customers' experience with staff is _____ influence on their decision to buy.
 a) not considered a big b) almost never an c) the most important
- 29 It is important to ask customers' feelings _____.
 a) at the right time b) before they become angry c) about advertising
- 30 Brand advertising and communication often focuses on _____.
 a) customer satisfaction b) staff c) products and fees

SKILLS

A Complete the conversation with the words in the box.

see feel get down hang on need talk about don't think don't offer

Jan OK, let's _____31 to business. The aims of this meeting are to _____32 the training budget for this year, and to –

Pat In my opinion, we _____33 to work on team building. I _____34 that we –

Jan Could you just _____35 a moment, please? The other purpose of this meeting is to agree the new seating arrangement. OK, now, how do you _____36 about training, Pat?

Pat Sales could be better. I don't think our sales staff understand the product. Why _____37 we plan a product training day soon?

Jan I _____38 what you mean but I think we need to do more. May we could _____39 incentives, too.

B Put the sentences into a logical order to make a conversation.

- a) This is Lee Simpson.
- b) No problem. How about Tuesday at ten o'clock?
- c) Great. So I'll see you on Tuesday. Goodbye.
- d) I'd like to speak to Lee Simpson, please.
- e) Hello, Lee. This is Dana Kirk. We've got an appointment next Monday but I'm afraid something's come up. Could we fix another time?
- f) That's OK for me.

- | | | | |
|----|-------|----|-------|
| 40 | _____ | 43 | _____ |
| 41 | _____ | 44 | _____ |
| 42 | _____ | 45 | _____ |

VOCABULARY

A Match the sentence beginnings (46–51) with the best endings (a–f).

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 46 | I prefer to take only carry-on | a) | of our soft drinks in a popular TV show. |
| 47 | The T-445 is the market | b) | class when we travel for work. |
| 48 | When the New York branch is downsized, | c) | leader, but the challenger is selling very well. |
| 49 | To keep costs down, we all fly economy | d) | about fifty jobs will be cut. |
| 50 | After the new system is installed, we'll retrain | e) | the staff to use it. |
| 51 | We had a good result from the placement | f) | baggage when I travel by air |

B Choose the best word or phrase to complete these sentences.

- 52 We need to _____ decision-making to give middle management more control.
- a) relocate b) relaunch c) decentralise
- 53 Customer _____ means consumers like to keep buying our brand.
- a) image b) loyalty c) awareness
- 54 Americans usually say _____ for a 'single' ticket.
- a) round-trip b) one-way c) return
- 55 After the new team have had time to settle in, we'll _____ the situation.
- a) reassess b) upgrade c) deregulate
- 56 In London, people talk about the _____ rather than the subway.
- a) motorway b) lift c) underground
- 57 When a famous actor says he uses a product, that's called an _____.
- a) endorsement b) launch c) share
- 58 When you reduce the number of employees in an office, you call it _____.
- a) downsizing b) desizing c) resizing
- 59 At the end of a meal, a British person usually asks for the _____.
- a) check b) cost c) bill
- 60 A market _____ is customers of a similar age, income or social group.

- a) share b) segment c) leader

WRITING

You have received the following e-mail. Write a short reply (50–60 words). Include the following points.

- Apologise for the mistakes that were made.
- Explain that the employee who handled the arrangements is no longer with your company.
- Offer to arrange free transfers and accommodation for two visitors next time a meeting is held in Hong Kong.

To: Agnes Wong

Subject: Hong Kong travel arrangements

Dear Mrs Wong,

Last month my company arranged flights, ground transfers and hotel accommodation through your company, Star Travel. We were hosting a meeting for our regional managers here in Hong Kong. We were very unhappy with the results of the booking.

Though all of the flight arrangements were acceptable, two members of our group were not met at the airport as agreed, though their flights arrived on time. After waiting to be met, they finally took taxis. However, when they arrived at the hotel, it turned out that their booking had been changed to a different hotel. They again had to take taxis to get to the right location.

We were treated very poorly by Star Travel and feel we are entitled to compensation. Please contact me as soon as possible to discuss how we may resolve this situation.

Yours sincerely,

Ms Eleanor Adams

Темы сообщений

по дисциплине «Деловой иностранный язык»

1. The stages of choosing the right candidate (interview, CV, cover letter)
2. Types and structure of businesses.
3. The basic principles of business correspondence
4. Managing telephone calls
5. The ethics of business negotiations

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Зачет предусматривает проверку качества знаний и сформированности умений в области:

а) чтения (изучающего и ознакомительного) специального текста на иностранном языке;

б) устно-речевого высказывания:

– монологического характера – подготовленная речь (сообщение по прочитанному в форме резюме);

– диалогического характера – неподготовленная речь (беседа с экзаменатором на одну из изученных тем).

Кроме того, оценивается степень усвоения лексико-грамматических структур и умение составить деловое письмо на английском языке в соответствии с нормами изучаемого языка.

Требования к зачёту

1. Письменная зачётная работа. Составить аннотации на русском и английском языках к текстам внеаудиторного чтения. Объём текстов – 10 000–15 000 печатных знаков.
2. Тест по пройденному лексико-грамматическому материалу.
3. Аудирование (двукратно прослушать аутентичный текст по одной из пройденных тем, сформулировать главную идею, кратко передать основное содержание текста).
4. Составить деловое письмо на английском языке объемом до 600 знаков, выражающее указанные коммуникативные намерения и предназначенное конкретному адресату (время написания – 15 мин).

Темы для монологических высказываний и беседы на зачете:

1. My background and career
2. My company
3. My job
4. Travelling
5. Telephone skills
6. Socializing: introductions and networking
7. The basic rules of business correspondence
8. Taking part in business meetings

9. Cross cultural communication
10. Presentations
11. Negotiations
12. Advertising and branding
13. Corporate ethics
14. Qualities of leadership.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Деловой иностранный язык»

5.1. Основная литература:

1. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp.
2. Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Teacher's Resource Book// Bill Mascull. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 215 pp.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде.

5.2. Дополнительная литература:

1. Савельева О. Г., Волошина К.С., Иовенко О. И. Business English for Everyone. – Краснодар: Изд-во КубГУ, 2015. – 75 с.
2. Tomalin Berry. Key Business Skills. College English for Business. Oxford: Collins Cobuild, 2012. – 144 pp.
3. Paul Emmerson. Business Vocabulary Builder. Oxford: Macmillan Publishers Limited, 2010. – 176 pp.

5.3. Периодические издания:

Газеты:

1. The Financial Times
2. The Times
3. The Guardian

Журналы:

1. Current Sociology
2. The Economist
3. Business and Society Review

5. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. www.englishclub.com
2. www.businessenglishsite.com
3. www.businessenglishpod.com
4. www.videovocab.tv
5. www.tefl.net
6. www.better-english.com
7. www.writing-business-letters.com
8. www.britishcouncil.ru
9. www.correctenglish.ru
10. www.bbc.co.uk
11. breakingnewsenglish.com

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Деловой иностранный язык»

Для успешного овладения дисциплиной «Иностранный язык» студент должен регулярно работать с литературой и Интернет–ресурсами, указанными в рабочей программе, и выполнять методические рекомендации, соответствующие различным видам заданий.

Отработка фонетического материала осуществляется с обязательным использованием прилагаемых к учебному пособию аудиоматериалов.

При работе с грамматическими явлениями студентам необходимо проанализировать изучаемое грамматическое явление и выполнить упражнения из учебного пособия либо рабочей тетради.

В случае самостоятельного создания нового формата письменной работы студенты должны сначала ознакомиться с особенностями данного письменного жанра, выполнить предлагаемые упражнения и лишь затем создавать авторскую работу по предлагаемому в учебном пособии или рабочей тетради образцу.

При работе с иноязычными текстами необходимо выписывать новые слова в отдельный словарь, составлять диаграммы и лексические карты самостоятельно и по образцу, составить список ключевых выражений, дать краткое изложение текста.

При переводе текста предлагаем использовать следующий алгоритм:

1. Прочитайте текст с целью понимания его основного содержания.
2. Определите его жанр или функциональный стиль.
3. Определите возможные трудности перевода.

4. Определите единицы перевода.
5. Выполните черновой перевод.
6. Оставьте перевод на некоторое время с тем, чтобы отредактировать его позднее.

7. Отредактируйте перевод: убедитесь в точности перевода и отсутствии опечаток, орфографических и грамматических ошибок.

В ходе самостоятельной работы по теме, студенты должны прочитать материал, указанный в рекомендованной литературе и дать краткое изложение основных идей текста на английском языке, уметь задать несколько (5 – 7) вопросов на английском языке.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Деловой иностранный язык»

8.1. Перечень необходимого программного обеспечения

1. CD-ROM к учебнику Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp.
2. CD-ROM к учебнику Key Business Skills. College English for Business // Tomalin Berry. Oxford: Collins Cobuild, 2012. – 144 pp.
3. DVD-ROM к учебнику Market Leader Intermediate. 3rd Edition: Business English Course Book// David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - [Harlow, Essex (U.K.)]: [Longman/Pearson Education], 2010. – 175 pp.

8.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

1. Wikipedia.org
2. www.google.ru

3. www.multitran.ru
4. www.lingvo-online.ru
5. Howjsay.org

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудиовизуальные средства обучения: CD, DVD, магнитофоны, видео магнитофон, спутниковое телевидение	Используются для реализации принципа наглядности, восполняют отсутствие языковой среды, повышают мотивацию. Используются для развития навыков аудирования, говорения, письма.
Проектор, ноутбук	Используются для демонстрации презентаций, подготовленными преподавателями и студентами. Используются для демонстрации фильмов.
Компьютерный класс с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета	Используется для организации самостоятельной работы студентов, для выполнения ряда интерактивных заданий.