



Рабочая программа дисциплины «Деловой иностранный язык (первый)» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 45.04.01 Филология (профиль: Кросс-культурная коммуникация в международной академической среде).

Программу составил:

Хорошилова О.А., канд. филол. наук, доцент

Рабочая программа дисциплины «Деловой иностранный язык (первый)» утверждена на заседании кафедры (разработчика) прикладной лингвистики и новых информационных технологий протокол № 12 «15» мая 2020г.  
Заведующий кафедрой (выпускающей) Бодоньи М.А

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) прикладной лингвистики и новых информационных технологий протокол № 12 «15» мая 2020г.  
Заведующий кафедрой (выпускающей) Бодоньи М.А

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета романо-германской филологии протокол № 8 «21» мая 2020г. Председатель УМК факультета к.пед.н., доцент Бодоньи М.А

Рецензенты:

Зиньковская А.В., д.ф.н., доцент кафедры английской филологии факультета РГФ ФГБОУ ВО «КубГУ»

Иванова О.Е., к.пед.н., доцент, кафедры западноевропейских языков и культур ФГБОУ ВО Пятигорский государственный университет

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

### 1.1 Цель дисциплины

обеспечить практическое овладение деловым английским языком во всех его аспектах в едином комплексе (формирование лексических, грамматических и стилистических норм делового языка) с дальнейшим применением в профессиональной деятельности

### 1.2 Задачи дисциплины.

В процессе освоения дисциплины реализуются следующие задачи:

- развить навыки устной и письменной английской речи с учетом стилистики общения;
- систематизировать грамматические, стилистические, прагматические нормы английского языка;
- пополнить и интенсифицировать лексический запас специализированной направленности;
- совершенствовать навыки языковой работе в различных видах речевой деятельности и формах речи (аудирование, письменная и устная речь, чтение бизнес-текстов) с акцентом на свободное говорение (спонтанный монолог, диалогические высказывания, полилог-дискуссия);
- усовершенствовать деловую переписку;
- развить умение применять полученные знания и навыки в заданных ситуациях общения в процессе профессиональной практической деятельности.

### 1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Деловой иностранный язык (первый)» входит в базовую часть (Б1.Б) Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Поскольку предмет изучается студентами рамках обучения в магистратуре, то необходимо знание лингвистических категорий основного иностранного языка и практики перевода (такие дисциплины, как «Первый иностранный язык», «Английский язык для профессиональных целей», «Английский язык для делового общения», «Межкультурная коммуникация» и др.).

### 1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных и профессиональных компетенций (ОПК, ПК).

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-1	готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	языковые средства, достаточные для коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке РФ и иностранном языке	осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке и иностранном языке РФ для решения задач профессиональной деятельности	навыком готовности к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке РФ и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности
2	ОПК-2	владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и	основы коммуникативными стратегий и тактик, языковыми нормами и	применять коммуникативные стратегии и тактики, риторические, стилистические	коммуникативным и стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникации	приемами коммуникации, принятыми в разных сферах	и языковые нормы и приемы в разных сферах коммуникации	нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникации и применять их в профессиональной деятельности
3	ПК-11	готовностью к планированию и осуществлению публичных выступлений, межличностной и массовой, в том числе межкультурной и межнациональной коммуникации с применением навыков ораторского искусства	бизнес-терминологию на английском языке, грамматические нормы делового языка и правила деловой переписки для осуществления публичных выступлений, межличностной и массовой коммуникации с применением навыков ораторского искусства	свободно говорить и понимать речь на изучаемом языке с целью осуществления публичных выступлений, межличностной и массовой коммуникации с применением навыков ораторского искусства	активным словарём и основными навыками делового этикета для осуществления публичных выступлений, межличностной и массовой, в том числе межкультурной и межнациональной коммуникации с применением навыков ораторского искусства
4	ПК-12	владением навыками квалифицированного языкового сопровождения международных форумов и переговоров	терминологию делового английского языка и его нормы на разных языковых уровнях для квалифицированного языкового сопровождения международных форумов и переговоров	адекватно применять полученные знания в практической деятельности, в частности, в рамках квалифицированного языкового сопровождения международных форумов и переговоров	навыками поддерживать диалог, дискуссию, монолог, обмениваться мнениями, понимать аутентичную речь при живом общении и содержание аудиозаписей в рамках бизнес курса, вести деловую переписку для дальнейшего квалифицированного языкового сопровождения международных форумов и переговоров

## 2. Структура и содержание дисциплины.

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зач.ед. (216 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)				
		1	2	3		
<b>Контактная работа, в том числе:</b>	<b>80,7</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>24</b>		
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>	<b>80</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>24</b>		
Занятия лекционного типа	-	-	-	-	-	
Лабораторные занятия	80	36	20	24	-	
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	-	-	-	-	-	
<b>Иная контактная работа:</b>						
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-	-	-		
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,7	0,2	0,2	0,3		
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>	<b>108,6</b>	<b>35,8</b>	<b>51,8</b>	<b>21</b>		
Курсовая работа	-	-	-	-	-	
Проработка учебного материала		16	20	11	-	
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		4	3	2	-	
Реферат (Р)/Эссе (Э)		4	3	2		
Самостоятельное изучение разделов		4	3	2		
Самоподготовка		4	20	2		
Подготовка к текущему контролю		4	3	2	-	
<b>Контроль:</b>	<b>26,7</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>26,7</b>		
Подготовка к экзамену	26,7	-	-	26,7		
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>час.</b>	<b>216</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>45</b>	<b>-</b>
	<b>в т.ч. контактная работа</b>	<b>80,7</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>24</b>	
	<b>зач. ед</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	

### 2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
Разделы дисциплины, изучаемые в <b>1 семестре</b> (очная форма)						
1.	Communication	19			10	9
2.	International marketing	17			8	9
3.	Building relationships	19			10	9
4.	Working across cultures_1	16,8			8	8,8
5.	ИКР	0,2				
	<b>Итого:</b>	<b>72</b>			<b>36</b>	<b>35,8</b>
Разделы дисциплины, изучаемые в <b>семестре 2</b> (очная форма)						
5.	Success	19			6	13
6.	Job satisfaction	17			4	13
7.	Risk	19			6	13
8.	Working across cultures_2	16,8			4	12,8
	ИКР	0,2				

	<b>Итого:</b>	<b>72</b>			<b>20</b>	<b>51,8</b>
<b>Разделы дисциплины, изучаемые в семестре 3 (очная форма)</b>						
9.	Management styles	4			2	2
10.	Team building	4			2	2
11.	Raising finance	4			2	2
12.	Working across cultures_3	4			2	2
13.	Customer service	4			2	2
14.	Crisis management	4			2	2
15.	Mergers and acquisitions	6			4	2
16.	Working across cultures_4	4			2	2
17.	Final Test + Presentation	11			6	5
	<b>Итого:</b>	<b>45</b>			<b>24</b>	<b>21</b>
	<b>Итого по дисциплине:</b>	<b>189</b>			<b>80</b>	<b>108,6</b>

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

### 2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа не предусмотрены.

2.3.2 Занятия семинарского типа не предусмотрены.

#### 2.3.3 Лабораторные занятия.

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Communication	Тест, опрос, словарный диктант
2.	International marketing	Опрос, словарный диктант, деловая ролевая игра
3.	Building relationships	Опрос, словарный диктант, эссе
4.	Working across cultures_1	Тест, презентация
5.	Success	Опрос, словарный диктант
6.	Job satisfaction	Опрос, словарный диктант, деловая ролевая игра
7.	Risk	Опрос, словарный диктант, эссе
8.	Working across cultures_2	Тест, презентация
9.	Management styles	Опрос, словарный диктант
10.	Team building	Опрос, словарный диктант, деловая

		ролевая игра
11.	Raising finance	Опрос, словарный диктант
12.	Working across cultures_3	Тест, эссе
13.	Customer service	Опрос, словарный диктант
14.	Crisis management	Опрос, словарный диктант, эссе
15.	Mergers and acquisitions	Опрос, словарный диктант
16.	Working across cultures_4	Тест, деловая ролевая игра
17.	Final Test + Presentation	Тест, презентация

### 2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы по данной дисциплине не предусмотрены.

### 2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного материала	David Cotton, David Falvey, Simon Kent “Market Leader 3rd Edition Extra Upper-Intermediate”. Pearson Education, 2016. Market Leader Business Grammar and Usage [Текст] : Business English / Strutt Peter. - 3rd impression.- Harlow,Essex(England) : Longman/Pearson Education, 2001. - 221pp. : ill. - (Market Leader). - Практическая грамматика делового англ.яз. - ISBN 0582315754. Market Leader (Intermediate) Audio CDs, Market Leader (Intermediate, Upper-Intermediate) DVDs. Oxford Business English Dictionary [Текст]: for learners of English / edited by Dilys Parkinson; assisted by Joseph Noble. – [Oxford]: Oxford University Press, 2005. – viii, 616 pp. – ISBN 0194315843.
2	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	Учебные материалы и ресурсы интернет, указанные в п. 5-6. Грейдина, Надежда Леонидовна. Невербальный деловой английский язык [Текст] = Nonverbal business English : [учебное пособие] / Н. Л. Грейдина. - М. : АСТ : Восток-Запад, 2006. - 135 с. - Автор на обл. не указан. - ISBN 9851383368. Деловая коммуникация на английском языке: УМК. Деловой английский язык с использованием кейсов (конкретных ситуаций). В двух частях. Часть I) [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О.В. Десятова [и др.]. – Электрон. дан. – Москва : МГИМО, 2011. – 152 с. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/46244">https://e.lanbook.com/book/46244</a> . – Загл. с экрана.
3	Реферат (Р) / Эссе (Э)	Методические рекомендации по написанию рефератов (см. п.7). Учебные материалы и ресурсы интернет, указанные в п.5-6. Market Leader (Intermediate) Audio CDs, Market Leader (Intermediate, Upper-Intermediate) DVDs.
4	Самостоятельное изучение разделов	Методические рекомендации по самостоятельному изучению разделов (см. п.7).

		<p>Деловой иностранный язык: английский язык : учебно-методический комплекс / Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО "Кемеровский государственный университет культуры и искусств", Социально-гуманитарный институт, Кафедра иностранных языков и др. – Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2014. – 103с.: табл. – Библиогр.: с. 99-100. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=273811">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=273811</a> (17.01.2018).</p> <p>Савельева О.Г. Деловой английский для всех [Текст] = Business English for Everyone: учебно-практическое пособие / О. Г. Савельева, К. С. Волошина ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. – Краснодар: [Кубанский государственный университет], 2016. – 114 с. – Загл. обл. на англ. яз. – Библиогр.: с. 113. – ISBN 978-5-8209-1183-5.</p>
5	Подготовка к текущему контролю	<p>David Cotton, David Falvey, Simon Kent “Market Leader 3rd Edition Extra Upper-Intermediate”. Pearson Education, 2016.</p> <p>Market Leader Business Grammar and Usage [Текст] : Business English / Strutt Peter. - 3rd impression.- Harlow, Essex(England) : Longman/Pearson Education, 2001. - 221pp. : ill. - (Market Leader). - Практическая грамматика делового англ.яз. - ISBN 0582315754.</p> <p>Market Leader (Intermediate) Audio CDs, Market Leader (Intermediate, Upper-Intermediate) DVDs.</p> <p>Oxford Business English Dictionary [Текст]: for learners of English / edited by Dilys Parkinson; assisted by Joseph Noble. – [Oxford]: Oxford University Press, 2005. – viii, 616 pp. – ISBN 0194315843.</p>

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.

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.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### 3. Образовательные технологии.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий. Основой образовательных технологий, используемых в данной дисциплине, является системный подход, который отличается личностной ориентированностью, интенсивностью, диалогичностью, моделированием профессиональных ситуаций, проектированием дидактических функции в единстве с коммуникативными и личностными смыслами, модульностью, межпредметностью, креативностью.

Интерактивные образовательные технологии, используемые на занятиях:

Семестр	Вид занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
---------	-------------	---	------------------

1 семестр	ЛР №1-2	Метод развивающейся кооперации для решения задач (кейс-метод), ролевая игра	2
	ЛР №3-4	Дискуссия, эссе, проект (презентация)	2
Семестр 2	ЛР №5-6	Метод развивающейся кооперации для решения задач (кейс-метод), ролевая игра	2
	ЛР №7-8	Дискуссия, эссе, проект (презентация)	2
Семестр 3	ЛР №9-10	Просмотр и обсуждение видеофильмов, ролевая игра	2
	ЛР №11-12	Просмотр и обсуждение видеофильмов, эссе	2
	ЛР №13-14	Просмотр и обсуждение видеофильмов, дискуссия, эссе	2
	ЛР №15-16	Просмотр и обсуждение видеофильмов, дискуссия, ролевая игра	2
	ЛР №17	Дискуссия, проект (презентация)	2
<i>Итого:</i>			<i>18</i>

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

#### **4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

##### **4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.**

Оценочным средством для текущего контроля успеваемости является устный и письменный опрос на занятиях, а также различные формы оценочных средств, представленные ниже в таблице; для промежуточной аттестации – заданий к зачёту и билеты к экзамену.

##### **Фонды оценочных средств для аттестации обучающихся**

Раздел (Unit)	Компетенции	Оценочные средства
Раздел 1 Unit 1	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Тест №1, опрос №1, словарный диктант №1
Раздел 2 Unit 2	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Опрос №2, словарный диктант №2, деловая ролевая игра №1
Раздел 3 Unit 3	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Опрос №3, словарный диктант №3, эссе №1
Раздел 4 Working cultures_1	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Тест №2, презентация №1
Раздел 5 Unit 4	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Опрос №4, словарный диктант №4
Раздел 6 Unit 5	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Опрос №5, словарный диктант №5, деловая ролевая игра №2
Раздел 7 Unit 6	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Опрос №6, словарный диктант №6, эссе №2
Раздел 8 Working cultures_2	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Тест №3, презентация №2
Раздел 9 Unit 7	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Опрос №7, словарный диктант №7
Раздел 10 Unit 8	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Опрос №8, словарный диктант №8, деловая ролевая игра №3
Раздел 11	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11,	Опрос №9, словарный диктант №9

Unit 9		ПК-12	
Раздел 12 Working cultures_3	across	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Тест №4, эссе №3
Раздел 13 Unit 10		ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Опрос №10, словарный диктант №10
Раздел 14 Unit 11		ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Опрос №11, словарный диктант №11, эссе №4
Раздел 15 Unit 12		ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Опрос №12, словарный диктант №12
Раздел 16 Working cultures_4	across	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Тест №5, деловая ролевая игра №4
Раздел 15 Final Presentation	Test +	ОПК-1, ОПК-2, ПК-11, ПК-12	Тест №6, презентация №2

**Примерные варианты текущих тестовых заданий.**

**По разделу 2. Quiz 2 (Unit 2)**

**Give Russian equivalents:**

brand awareness		market segment	
brand loyalty		market leader	
brand stretching		market follower	
product launch		product challenger	
product lifecycle		a price rate	
product range		negotiations	
product placement		car-manufacturing plant	
product endorsement		to expand	
value for money		to grow rapidly	
top-of-the-range		international domains	
durable brand		to generate revenue	
inexpensive purchase		superior returns	
timeless goods		to boost sales	
to sell under brand label		to reposition the brand	

**По разделу 11. Written task on Unit 11.**

**Define the difference between the following phrases and use them in the sentences of your own:**

WTO (World Trade Organisation) ≠ ICC (the International Chamber of Commerce)	a quota ≠ a tariff
GDP (Gross Domestic Product) ≠ GNP (Gross National Product)	infant industry ≠ strategic industry
just-in-time manufacturing ≠ lean manufacturing	consignment ≠ shipping
consumer questionnaire ≠ opinion poll	a clean bill of lading ≠ a letter of credit
inspecting ≠ benchmarking	to pay overdue ≠ to pay promptly
down-market ≠ low-cost	a receipt ≠ a warranty
deregulation ≠ laissez-faire management	refund ≠ reimbursement

## 4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

### Примерные варианты промежуточных тестовых заданий по всем разделам.

#### Пример тестового задания для текущего контроля успеваемости (по разделам 1-3):

##### A Complete the sentences with the words in the box.

bush grapevine nutshell stick wall

I heard it on the ..... you've been promoted.

I asked Rudy to say yes or no, but he just beat around the .....

Look, in a ....., my trip to Singapore was a huge success.

I think you got the wrong end of the ..... I'm not going on holiday, I'm going on a business trip.

John just doesn't listen. It's like talking to a brick .....

##### B Choose the correct words to complete each sentence.

We're meeting tomorrow to discuss the new (market / marketing) strategy.

Can we discuss the (sales / price) figures? I was expecting an increase, not a decrease.

We're excited about the launch of the new (product / brand) range in South America.

I'd like you to meet Liam. He's the one who organised the successful advertising (image / campaign) in London last year.

We have brand (loyalty / leader), we just need to increase our market share.

##### C Complete the multi-word verbs with off, on or up.

### Lufthansa pilots cancel strike

Lufthansa pilots have called .....<sup>16</sup> strike action planned for next week after new talks were set .....<sup>17</sup> with the  
5 German airline.

The announcement late on Wednesday averted, or at least put .....<sup>18</sup>, a four-day stoppage that could have cost

10 Lufthansa tens of millions of euros.

The union's action had built .....<sup>19</sup> the dispute into one of the worst to hit Germany in recent years, adding to a wave of  
15 industrial action across the European airline sector, which has also affected British Airways.

In the end, the stoppage ended after

20 24 hours when the two sides agreed to carry .....<sup>20</sup> negotiating. Lufthansa says strike action costs it at least €25m a day.



##### D Put the words in the correct order to make sentences.

morning strategy marketing purpose our of discuss the to meeting is this

The .....

I've idea heard a best long the time for

That's .....

they however are crazy want you all your ideas, think

We .....

other about ideas this we do can about what ?

Any .....

New York City was thinking we maybe go should to

I .....

Manhattan hotel in could go just four-star for a

We .....

will a idea, that's, money good because save it

Yes, .....

**Пример задания для групповых проектов:**

1. Make a presentation of a successful company. Talk about history, mission statement, inner policies, reasons for being successful.
2. Make up team-building activities. Present them in class.

Для получения зачета (1, 2 семестры) студенту необходимо прочитать текст (тематика текстов обусловлена пройденным материалом) и выполнить задания к нему.

**Пример зачетного задания:**

**Find words from the article to complete the table:**

<b>verb</b>	<b>noun</b>
collaborate	
	collapse
define	
engage	
explode	
find	
	prevalence
research	

**True or false? (lines 1-44).**

- a) There is great mistrust of companies at the moment.
- b) When there is mistrust, everything that companies do is misunderstood.
- c) Corporate communication is seen as increasingly two-way.
- d) The best companies have just continued to use their traditional public relations departments in order to communicate.
- e) In their new approach to communication, companies have been paying attention to five things in particular.

**Find expressions (lines 45-65) that refer to the following:**

- a) a subject that can be used in different forms of communication (5 letters)
- b) what people expect when they buy a company's products (5 letters)
- c) what they expect to see as guiding a company's behaviour (6 letters)
- d) employees, shareholders, suppliers and, above all in this context, customers (12 letters)
- e) giving money to charity (12 letters)
- f) having good environmental policies (5 letters, 5 letters)
- g) things that society as a whole thinks are important (6 letters, 6 letters)
- h) actions that have not been taken before (11 letters)

# Time for communication to move towards centre stage

Paul Argenti

The last few years have seen the biggest collapse in confidence in business in almost a century – to the point where probably the least trusted spokespeople on the planet today are corporate executives. When intense mistrust prevails, whatever a company does says something about it, everything communicates, and communication affects everything.

This is changing the definition of communication. Communication today is more of a two-way dialogue and this has been aided by the rise of social media like Facebook and Twitter and the explosion of information-sharing online. Today's best-in-class companies, such as Dell in the US and Philips in Europe, do not just engage in dialogue. They use the latest technology as a source of ideas, opinions and competitive intelligence, for product development, employee engagement and media monitoring.

In addition to rethinking the definition of communication, the best companies are rethinking its structure. There is a greater need for

integration, collaboration and partnership among corporate leadership, human capital, finance, sales and legal teams.

Another change in communication by leading companies is the rethinking of key themes. This was the main finding of research by the Tuck School of Business at Dartmouth, conducted with Doremus, a business-to-business communications agency. It found that the best-in-class companies have been guided by six themes:

**a Focus on value and values** Stakeholders demand value for money when buying goods and services, but they also expect to see a strong set of corporate values in the companies with which they do business. Walmart, Hyundai and BMW have used this theme in their advertising and communications.

**b Evolve a sense of responsibility** Corporate responsibility today is not just about philanthropy or being green. It is about companies being responsible across all business practices. NGOs, consumers, employees and investors are ready to punish

companies that ignore evolving social values. JPMorgan Chase has done a fabulous job reflecting its corporate responsibility initiatives on its website and in advertising.

**c Strategy must drive communication** As Jon Iwata, IBM's senior vice-president for marketing and communications, puts it: "Lincoln said, 'Character is the tree; reputation is the shadow.' I'm afraid too many people in PR, marketing and advertising spend more time manipulating the shadow than tending to the tree."

**d Shifting from the problem to the solution** Stakeholders are most receptive to realistic and optimistic plans, and are often ready to pay less attention to problems of the past year.

**e Not communicating is a communication in itself** You either tell your story or have it told for you.

**f Re-evaluate positioning** The crisis has led to disruption in how companies are thought of by constituencies, which provides a tremendous opportunity to reposition, rebrand and redevelop.

## Вопросы к экзамену (семестр 3):

1. What problems can people have with the different forms of communication? How do you think those problems can be solved?
2. Speak about international brands. What makes them successful?
3. Give an example of a company you know which is good at building relationships with its customers. How do they do this?
4. Speak about a person you know who is successful. Why are they successful? What are the best indicators of an individual's level of success?
5. What factors motivate people to work harder? What do you find satisfying and frustrating about your work or studies?
6. Define risks. What sort of risks do businesses face (for example: financial risks, environmental risks)? Can you give some examples?
7. What is the role of a manager? What are the factors to consider in judging the success of a manager?
8. Speak about advantages and disadvantages of working in teams. Does a team always need a leader?

9. How and where can finance be raised?
10. How important to a company's success is customer care? In what situations can too much customer service become a problem?
11. What sort of crises do business managers have to face? How is a business crisis different from a business problem? Can you think of any examples of recent business crises?
12. Define acquisitions, mergers and joint ventures. Think of reasons why one company might wish to take over another company.

### Образец экзаменационных билетов

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Кубанский государственный университет»**

Кафедра прикладной лингвистики и новых информационных технологий  
45.04.01 Филология.

Кросс-культурная коммуникация в международной академической среде  
2 курс, 3 семестр

Дисциплина “Деловой иностранный язык (первый)”

#### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Read, translate and retell text #1.
2. Render the newspaper article #1 into English.
3. Topic for discussion #1.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

#### Критерии оценки всех видов работы:

- **оценка «отлично»** выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагает, связывая теорию с практикой. При этом студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами контроля знаний, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами решения практических задач.
- **оценка «хорошо»** выставляется студенту, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, который не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми приемами их решения.
- **оценка «удовлетворительно»** выставляется студенту, который знает только основной материал, но не усвоил его детали, допускает неточности в использовании профессиональной терминологии, использует недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.
- **оценка «неудовлетворительно»** выставляется студенту, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большим затруднением решает практические задачи.

#### 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

##### 5.1 Основная литература:

1. Market Leader upper intermediate business English [Текст] : course book (+ DVD-ROM) / David Cotton, David Falvey, Simon Kent. - 3rd ed. Extra. - [Harlow, Essex] : Pearson Education, 2016. - 176 pp. : ill. - ISBN 978-1-292-13481-9.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

### **5.2 Дополнительная литература:**

1. Грейдина, Надежда Леонидовна. Невербальный деловой английский язык [Текст] = Nonverbal business English : [учебное пособие] / Н. Л. Грейдина. - М. : АСТ : Восток-Запад, 2006. - 135 с. - Автор на обл. не указан. - ISBN 9851383368.

2. Деловая коммуникация на английском языке: УМК. Деловой английский язык с использованием кейсов (конкретных ситуаций). В двух частях. Часть I [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О.В. Десятова [и др.]. – Электрон. дан. – Москва : МГИМО, 2011. – 152 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/46244>. – Загл. с экрана.

3. Деловой иностранный язык: английский язык: учебно-методический комплекс / Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО "Кемеровский государственный университет культуры и искусств", Социально-гуманитарный институт, Кафедра иностранных языков и др. – Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2014. – 103с.: табл. – Библиогр.: с. 99-100; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273811> (17.01.2018).

4. Савельева О.Г. Деловой английский для всех [Текст] = Business English for Everyone: учебно-практическое пособие / О. Г. Савельева, К. С. Волошина ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. – Краснодар: [Кубанский государственный университет], 2016. – 114 с. – Загл. обл. на англ. яз. – Библиогр.: с. 113. – ISBN 978-5-8209-1183-5.

5. Market Leader (Upper-Intermediate) Audio CDs, Market Leader (Upper-Intermediate) DVD.

6. Market Leader Business English [Текст] : Business grammar and usage / Peter Strutt. - 9th impression. - [Harlow, Essex (England)] : [Longman/Pearson Education], 2005. - 221 pp. : ill. - (Market Leader). - ISBN 0582365759.

7. Oxford Business English Dictionary [Текст]: for learners of English / edited by Dilys Parkinson; assisted by Joseph Noble. – [Oxford]: Oxford University Press, 2005. – viii, 616 pp. – ISBN 0194315843.

### **5.3. Периодические издания:**

1. "Financial Times"
2. "Financial Week"
3. "Guardian"
4. "Sunday Times"

## **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. [www.ft.com](http://www.ft.com)
2. [www.market-leader.net](http://www.market-leader.net)
3. [www.marketleader.vocabtrainer.net](http://www.marketleader.vocabtrainer.net)

## **7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Лабораторные занятия представляют собой одну из важных форм работы студентов. Подготовка к практическим занятиям предполагает предварительную самостоятельную работу студентов в соответствии с методическими разработками по каждой запланированной теме.

С точки зрения методики проведения это комбинированная, интегративная форма учебного занятия, которая является важнейшей формой усвоения знаний. Также семинар как развивающая, активная форма учебного процесса способствует выработке самостоятельного мышления

студента, формированию информационной культуры. В организации семинарских занятий реализуется принцип совместной деятельности, сотворчества.

В отличие от многих дисциплин, предусматривающих лабораторные занятия, “Бизнес курс английского языка” направлен на постоянное получение, усвоение и закрепление новых знаний (особенно в области терминологии и устной речи) и носит интерактивный характер.

Для подготовки и точного и полного ответа на лабораторном занятии студенту необходимо серьезно и основательно подготовиться. Для этого он должен уметь работать с учебной и дополнительной литературой, а также знать основные критерии для написания реферата или подготовки доклада, если семинар проходит в данной форме.

Самоподготовка студентов является основной частью учебного процесса. В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом III-го поколения доля внеаудиторной (самостоятельной) работы студента 1/3 количество часов, следовательно, основная работа студента должна носить самообразовательный, поисковый характер. Студент должен уметь вести краткие записи, составлять конспекты, планы и тезисы выступлений, подбирать литературу и т.д. Факультативными формами могут выступать подготовка творческих работ (сообщений, докладов, презентаций, проектов и т.п.). При осуществлении самостоятельной работы студенты могут пользоваться фондами библиотеки факультета Кубанского госуниверситета или обратиться к информационным ресурсам Всемирной компьютерной сети Internet.

Самостоятельная работа предполагает написание рефератов и эссе.

Реферат является одной из важных форм самостоятельной работы, поскольку позволяет структурировать знания обучаемых. Это письменный доклад или выступление по определённой теме с обобщением информации из одного или нескольких источников. Реферат предполагает осмысленное изложение содержания главного и наиболее важного (с точки зрения автора) в научной литературе по определенной проблеме в письменной или устной форме.

Этапы работы над рефератом:

1) Выбор темы. Выбор темы должен иметь практическое и теоретическое обоснование, в то же время тема не должна быть слишком общей и глобальной, так как небольшой объем работы (до 20 страниц) не позволит раскрыть ее. Желательно, чтобы тема реферата была связана с будущей магистерской работой. При выборе темы необходимо учитывать полноту ее освещения в имеющейся научной литературе.

2) После этого составляется список изданной по теме (проблеме) литературы, опубликованных статей, необходимых справочных источников. Знакомство с любой научной проблематикой следует начинать с освоения имеющейся основной научной литературы. Начинать знакомство с избранной темой лучше всего с чтения обобщающих работ по данной проблеме, постепенно переходя к узкоспециальной литературе.

3) На основе анализа прочитанного и просмотренного материала по данной теме следует составить тезисы по основным смысловым блокам, с пометками, собственными суждениями и оценками.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цели работы и основные вопросы, которые предполагается раскрыть в реферате, указываются используемые материалы и дается их краткая характеристика с точки зрения полноты освещения избранной темы. Объем введения не должен превышать 1-1,5 страницы.

Основная часть реферата может быть представлена одной или несколькими главами, которые могут включать 2-3 параграфа (подпункта, раздела). Здесь достаточно полно и логично излагаются главные положения в используемых источниках, раскрываются все пункты плана с сохранением связи между ними и последовательности перехода от одного к другому. Материал в реферате рекомендуется излагать своими словами, не допуская дословного переписывания из литературных источников. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. Работа должна быть написана грамотным литературным языком.

Заключение. В этой части обобщается изложенный в основной части материал, формулируются общие выводы с учетом опубликованных в литературе различных точек зрения по

проблеме, рассматриваемой в реферате, сопоставления их и личного мнения автора реферата. Заключение по объему не должно превышать 1,5-2 страниц.

Библиография (список литературы). Здесь указывается реально использованная для написания реферата литература, периодические издания и электронные источники информации. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Оформляется реферат в соответствии с требованиями ГОСТа.

Подготовленный и оформленный в соответствии с требованиями реферат оценивается преподавателем по следующим критериям:

- достижение поставленной цели и задач исследования;
- уровень эрудированности автора по изученной теме (знание автором состояния изучаемой проблематики, цитирование источников, степень использования в работе результатов исследований);
- личные заслуги автора реферата (новые знания, которые получены помимо образовательной программы, новизна материала и рассмотренной проблемы, научное значение исследуемого вопроса);
- культура письменного изложения материала (логичность подачи материала, грамотность автора)
- культура оформления материалов работы (соответствие реферата всем стандартным требованиям);
- степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);
- использование литературных источников.

Ряд тем предполагает также написание эссе. Это сочинения небольшого объема и свободной структуры в форме обзора проблемы с использованием литературных источников. Автор формулирует проблему, затем рассматривается её суть, приводятся аргументы с опорой на литературные источники.

Эссе отражает индивидуальные впечатления и соображения автора по конкретному поводу или предмету и не претендует на исчерпывающую или определяющую трактовку. В отношении объема и функции эссе граничит с научной статьёй. Здесь допускаются такие личностные обороты как «я думаю», «я предполагаю», «я считаю» и пр. Чтобы выразить свое собственное мнение по определенной проблеме, требуется, во-первых, хорошо знать исходный материал, а во-вторых, быть готовым умело передать его содержание в письменной форме и делать логичные выводы.

Объем эссе – 1 печатная страница, 3 – рукописных. Структура и оформление не регламентируются.

Подготовленное эссе оценивается преподавателем по следующим критериям:

- достижение поставленной цели и задач исследования;
- уровень эрудированности автора по изученной теме;
- самостоятельность выводов и наблюдений;
- культура письменного изложения материала (логичность подачи материала, грамотность автора);
- знания и умения на уровне требований стандарта данной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих понятий и идей.

Объективность оценки работы преподавателем заключается в определении ее положительных и отрицательных сторон, по совокупности которых он окончательно оценивает представленную работу. При отрицательной рецензии работа возвращается на доработку с последующим представлением на повторную проверку с приложением замечаний, сделанных преподавателем.

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**

### **8.1 Перечень информационных технологий**

- работа с электронно-библиотечной системой (ЭБС) университета;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством сети Интернет в электронной образовательной сети вуза.

### **8.2 Перечень необходимого программного обеспечения**

- Лицензионное программное обеспечение (Microsoft Windows 8, 10), программы для доступа в Интернет (Internet Explorer, Mozilla и др.);
- Программы для работы с текстом (Microsoft Office 8, 10 (Excel, Word, Access), Microsoft Professional+; ABBYY Finereader, AdobeReader), программы-переводчики и электронные словари (ABBYY Lingvo);
- Программы для демонстрации аудио- и видеоматериалов (проигрыватель “Windows Media Player”), для демонстрации и создания презентаций (“Microsoft Power Point”);
- Программное обеспечение в рамках программы компании Microsoft “Enrollment for Education Solutions”;
- Антивирусная защита физических рабочих станций и серверов Kaspersky Endpoint Security, программы-антивирусы (ESET NOD Antivirus).

### **8.3 Перечень информационных справочных систем:**

Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru>).

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лабораторные занятия	Научно-учебная лаборатория «Лингвистика и кросс-культурная коммуникация», учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций (350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149) ауд. № 320. Учебная мебель, проектор-1 шт., экран-1 шт., персональный компьютер-14 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Научно-учебная лаборатория «Лингвистика и кросс-культурная коммуникация», учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций (350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149) ауд. № 320. Учебная мебель, проектор-1 шт., экран-1 шт., персональный компьютер-14 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
3.	Текущий контроль, промежуточная	Научно-учебная лаборатория «Лингвистика и кросс-культурная коммуникация», учебная аудитория для

	аттестация	проведения групповых и индивидуальных консультаций (350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149) ауд. № 320. Учебная мебель, проектор-1 шт., экран-1 шт., персональный компьютер-14 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
4.	Самостоятельная работа	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149) ауд. № 347, оснащена: учебная мебель, персональный компьютер- 1 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, переносной ноутбук- 3 шт., Wi-Fi