

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет романо-германской филологии

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор


подпись

«29» мая 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.Б.10.02 «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

Направление подготовки/специальность: 45.03.01 Филология
Направленность (профиль) / специализация: «Зарубежная филология»
Программа подготовки: академическая
Форма обучения: очная
Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.10.02 Деловой иностранный язык составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 45.03.01 Филология (Зарубежная филология).

Программу составила: Лоза В.И., ст. преподаватель

Лоза В.И.

Рабочая программа дисциплины Деловой иностранный язык утверждена на заседании кафедры английской филологии (разработчика)

протокол № 11 «12» мая 2020г.

Заведующий кафедрой английской филологии Тхорик В.И.

Тхорик В.И.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры английской филологии (выпускающей)

протокол № 11 «12» мая 2020г.

Заведующий кафедрой английской филологии Тхорик В.И.

Тхорик В.И.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета романо-германской филологии

протокол № 7 «21» мая 2020г.

Председатель УМК факультета Бодоньи М.А.

Бодоньи М.А.

Рецензенты:

Грушевская Татьяна Михайловна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой французской филологии факультета РФФ ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Уварова Ирина Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой лингвистики ГБОУ ВО КубГМУ Минздрава России

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Первостепенной практической целью обучения деловому английскому языку является формирование иноязычной коммуникативной компетенции для использования делового английского языка в процессе профессиональной деятельности, как в родной стране, так и на международном уровне, в познавательной деятельности и для межличностного общения.

Целевая установка программы бакалавриата предусматривает комплексное овладение лингвострановедческими знаниями, как общего характера, так и профессионально ориентированными, а также основными навыками и умениями речевой деятельности в повседневно-обиходной, профессиональной, научной, общественно-политической, административно-правовой, социально-культурной и других сферах общения.

В соответствии с назначением цель обучения деловому английскому языку в качестве основного иностранного по программе бакалавриата на факультете романо-германской филологии является комплексной и включает в себя коммуникативную (практическую), образовательную и воспитательную цели, при этом основной является коммуникативная цель.

Коммуникативная составляющая курса заключается в поэтапном формировании и развитии следующих элементов профессионально-ориентированной деятельности выпускника:

- практическая работа по поддержанию контактов с иностранными партнерами в устной и письменной форме;
- информационно-аналитическая работа с различными источниками информации на английском языке (пресса, радио и телевидение, документы, специальная и справочная литература);
- переводческая работа в устной и письменной форме, в том числе перевод документов и статей профессионального характера.

Образовательная и воспитательная цели программы достигаются отбором учебного материала, инновационными технологиями его использования, нравственным аналитическим подходом к языковому учебному процессу и соответствующей лингвострановедческой подготовкой, осуществляемой комплексно в ходе практических занятий по деловому английскому языку. Большое внимание уделяется самостоятельной работе студентов.

1.2 Задачи дисциплины.

Обучение подчинено общей задаче подготовки бакалавра филолога и предусматривает развитие у студентов компетенций, необходимых для выполнения конкретных видов профессиональной речевой деятельности, определяемых Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования.

Главными задачами обучения являются:

1. научить студентов владению устной диалогической и монологической речью в пределах профессиональной тематики;
2. научить студентов воспринимать с достаточной степенью понимания чужую речь, произнесенную в темпе, приближающемся к нормальному для носителей данного языка;
3. научить базовым терминам из сферы деловой коммуникации;
4. научить написать деловое письмо, электронное письмо, сообщение на заданные темы в деловой сфере;

5. научить студентов делать грамотный в литературном отношении перевод на родной язык иностранного делового текста.
6. научить аннотированию и реферированию.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Курс «Деловой иностранный язык» относится базовой части блока 1 «Дисциплины (модули) учебного плана.

Изучению курса предшествует изучение дисциплины: «Иностранный язык (английский)» в объеме вузовской программы.

В связи с этим, в системе обучения студентов по данным специальностям курс «Деловой иностранный язык» тесно связан с базовой частью специальных дисциплин в гуманитарном, социальном учебном цикле: история, философия, психология, культура речи. Это обеспечивает практическую направленность в системе обучения и соответствующий уровень использования иностранного языка.

Таким образом, английский язык становится рабочим инструментом, позволяющим выпускнику постоянно совершенствовать свои знания, изучая современную иностранную литературу. Наличие необходимой коммуникативной компетенции дает возможность выпускнику вести плодотворную деятельность по изучению и творческому осмыслению зарубежного опыта в сфере делового профессионального общения.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПЛ-5, ПК-3

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-5	Свободным владением основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке	-основные значения лексических единиц (слов и словосочетаний) деловой лексики в рамках изученной тематики; -основные способы словообразования; -значения реплик-клише речевого этикета, характерных для бизнес-	-вести диалог на заданную тему; -составлять монологические высказывания на темы, включенные в содержание курса; -писать деловое письмо, - воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных	-базовыми терминами из сферы деловой коммуникации; -устной речью в пределах профессиональной тематики; -навыками литературного перевода делового текста на родной язык

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			коммуникации (проведение переговоров, презентаций и пр.).	профессионально-ориентированных текстов	
2.	ПК-3	Владением навыками подготовки научных обзоров, аннотаций, составление рефератов, библиографий по тематике проводимых исследований, приемами библиографического описания; знание основных библиографических источников и поисковых систем	-основы языковой теории интерпретаций текста; - композиционно-смысловую структуру реферата и аннотации.	-проводить творческий анализ и обобщение фактов в письменной форме; - синтезировать и продуцировать вторичные тексты.	-навыками поискового и аналитического чтения; навыками вычленения главной информации в виде ключевых фрагментов; навыком составления аннотаций и учебных рефератов.

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		7	8		
Контактная работа, в том числе:				-	-
Аудиторные занятия (всего):	50	32	18	-	-
Занятия лекционного типа				-	-
Лабораторные занятия	50	32	18	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	-	-	-	-	-
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,4	0,2	0,2	-	-
Самостоятельная работа, в том числе:				-	-
				-	-
Проработка учебного (теоретического) материала	26,8	18	8,8	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	16,8	11,8	5	-	-

Реферат		4	4	-	-	-
					-	-
Подготовка к текущему контролю		10	6	4	-	-
Контроль:					-	-
		-	-	-	-	-
Общая трудоемкость	час.	108	72	36	-	-
	в том числе контактная работа	50,4	32,2	18,2	-	-
	зач. ед		2	1	-	-

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре:

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Brands	14			6	8
2.	Travel	9,8			4	5,8
3.	Change	10			4	6
4.	Organization	14			6	8
5.	Advertising	12			6	6
6.	Cultures	12			6	6
	<i>Итого по дисциплине</i>				32	39,8

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре:

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Human Resources	12			6	6
2.	International Markets	8			4	4
3.	Leadership	8			4	4
4.	Competition	7,8			4	3,8
	<i>Итого по дисциплине</i>				18	17,8

2.3 Содержание разделов 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	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	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. Writing: Abstract.	Тест, опрос, проверка домашнего задания.
2.	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. Writing: Abstract.	Тест, опрос, проверка домашнего задания.
3.	Change	Speaking: Discuss attitudes to change in general and at work. Vocabulary: Words for describing change. Grammar: Past Simple and Present Perfect. Reading: Mercedes, shining star. Writing: Abstract.	Тест, опрос, проверка домашнего задания.
4.	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. Writing: Abstract.	Тест, опрос, проверка домашнего задания.
5.	Advertising	Speaking: Discuss authentic advertisements. Vocabulary: Words and expressions for talking about advertising.	Тест, опрос, проверка домашнего задания.

		Grammar: Articles. Reading: A new kind of campaign. Listening: An interview with a marketing communications executive. Writing: letter.	
6.	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. Case study: Prepare a talk on business culture. Writing: Précis.	Тест, опрос, проверка домашнего задания.
7.	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. Writing: CV, cover letter.	Тест, опрос, проверка домашнего задания.
8.	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. Writing: Précis.	Тест, опрос, проверка домашнего задания.
9.	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. Writing: e-mail.	Тест, опрос, проверка домашнего задания.
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. Reading: Head to head competition. Writing: Précis.	Тест, опрос, проверка домашнего задания.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СР	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного материала	Методические указания и материалы для студентов по самостоятельным видам работ, утвержденные кафедрой английской филологии, протокол №12 от 14 мая 2019 г.
2	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений)	
3	Реферат	

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,
- 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,

3. Образовательные технологии.

Формы и технологии, используемые для обучения деловому иностранному языку, реализуют компетентностный и личностно-деятельностный подходы, которые в свою очередь, способствуют формированию и развитию а) способностей студентов осуществлять различные виды деятельности, используя английский язык; б) когнитивных способностей студентов; в) готовности их к саморазвитию и самообразованию, а также способствуют повышению творческого потенциала личности к осуществлению своих профессиональных обязанностей.

Учебный процесс базируется на модели смешанного обучения, которая помогает эффективно сочетать традиционные формы обучения и новые технологии.

Специфика дисциплины «Деловой иностранный язык» определяет необходимость более широкого использования новых образовательных технологий, хотя традиционные (репродуктивные) методы, направленные на передачу определённой суммы знаний и формирование базовых навыков практической деятельности с использованием преимущественно фронтальных форм работы, также помогают реализовывать ряд задач.

Таким образом, обучение деловому иностранному языку происходит с использованием следующих образовательных технологий:

Технология коммуникативного обучения направлена, прежде всего, на формирование коммуникативной компетентности студентов, которая является базовой, необходимой для адаптации к современным условиям межкультурной коммуникации.

Интернет - технологии предоставляют широкие возможности для поиска информации, разработки международных научных проектов, ведения научных исследований. Использование электронной почты и Цифрового кампуса КубГУ позволяет оказывать консультационную поддержку студентам, осуществлять контроль письменных работ, выполняемых студентами самостоятельно.

Технология индивидуализации обучения помогает реализовывать личностно-ориентированный подход, учитывая индивидуальные особенности и потребности учащихся.

Технология тестирования используется для контроля уровня усвоения лексикографических знаний в рамках модуля. Кроме того, данная технология позволяет преподавателю выявить и систематизировать аспекты, требующие дополнительной проработки.

Технология обучения в сотрудничестве реализует идею взаимного обучения, осуществляя как индивидуальную, так и коллективную ответственность за решение учебных задач.

Технология развития критического мышления способствует формированию разносторонней личности, способной критически относиться к информации, умению отбирать информацию для решения поставленной задачи.

Реализация компетентного и личностно-деятельностного подхода с использованием перечисленных технологий предусматривает активные и интерактивные формы обучения, коллективная мыслительная деятельность, дискуссии и т.д. При этом занятия с использованием интерактивных форм составляют не менее 70% всех аудиторных занятий.

Комплексное, интегративное использование в учебном процессе всех вышеназванных технологий стимулируют личностную, интеллектуальную активность, развивают познавательные процессы, способствуют формированию компетенций, которыми должен обладать бакалавр.

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.

Формами промежуточной аттестации по данной дисциплине выступают: контрольные вопросы, задания, комплексные задания, дискуссии, тесты для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы обучающегося по отдельным разделам дисциплины.

Темы дискуссий по дисциплине «Деловой иностранный язык»

Раздел 1 «Формирование торгового бренда»

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

Do you prefer branded goods to unbranded goods? Why/ Why not?

Can you name any international or domestic brands you prefer? What image and qualities does each one have?

How loyal are you to the brands you've named? Why do people buy brands?

Why do you think some people dislike brands?

How can companies create brand loyalty?
Can you give any example of successful or unsuccessful brand-stretching?
Think of a cheap or expensive idea for a product launch?

Раздел 2 «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:

How often do you travel by air? Rail? Road and sea?

Do you enjoy travelling? What don't you enjoy about it?

Which is more important to you when you travel: comfort, safety, price, reliability, speed?

Justify your point of view.

What irritates you most when you go travelling?

What factors do you consider when choosing an airline?

What is important for you when staying in a hotel?

Раздел 3 «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:

Which of these situations would you find most difficult to deal with?

Moving house

Driving abroad

Losing a pet

A new boss

Moving to another country

Changing your job

Getting married (again!)

New neighbours

Which of these business situations would worry you most? Why?

You find out that your company will be merging with another company.

You keep your job after a merger, but you are in a less powerful position.

You keep your job after a merger, but you have to take a salary cut.

Your company has to relocate to the other side of the city.

You are asked to relocate to a foreign country.

You are promoted, but are now in charge of a hostile workforce.

You have to move from your own office to a large, open-plan office.

You have to work with a completely new computer system.

You have to decide who to make redundant in your new department after a merger.

Your company language becomes English.

Раздел 4 «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:

Would you like to work in a big company or corporation? Why/ Why not?

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?

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.

What departments comprise company structure? What are their responsibilities? Would you like to work for any of them? Why/ Why not?

What are the perks? What perks appeal to you the most?

How are most companies organized?

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 5 «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:

What makes a good TV advertisement?

Do you think that these advertising practices are acceptable? Are any other types of advertisement offensive?

Using children in advertisements

Using actors who pretend to be 'experts'

Using nudity in advertisements

Using 'shock tactics' in advertisements

Promoting alcohol on TV

Comparing your products to your competitors' products

An image flashed onto a screen very quickly so that people are influenced without noticing it (subliminal advertising)

Exploiting people's fears and worries

Which of the following statements do you agree with?

People remember advertisements, not products.

Advertising has a bad influence on children.

Advertising tells you a lot about the culture of a particular society.

Раздел 6 «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:

Which modern or historical leaders do you most admire? Which do you admire the least? Why?

What makes a great leader? Write down a list of characteristics. Compare your list with other groups.

Are there differences between men and women as leaders? Why have most great leaders been men?

Do you think great leaders are born or made?

Do you think first-born children make the best leaders?

What is the difference between a manager and a leader?

Раздел 7 «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:

What do you miss most about your own culture when you go abroad?

Why is cultural awareness important for businesspeople? Give examples.

What is culture? What factors do you think are the most important in creating a culture? Give your reasons.

Do you think cultures are becoming more alike? Is this a good thing or a bad thing?

How important are these things when doing business in your country? Are they a) important, b) not important or c) best avoided?

exchanging business cards
shaking hands
bowing
kissing
being formal or informal
punctuality
humour
eye contact

Раздел 8 «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:

At work, appearance is more important than performance.

You should keep your private life totally separate from your work.

People don't change much during their working lives.

It's best to work for as few organisations as possible.

Everybody should retire at 50.

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:

How has the development of international markets affected:

you as a consumer? b) your company/institution? c) your country?

How do you think international markets will develop in the future?

What is free trade?

To what extent do you have free trade in your country?

Should certain industries in your country be protected? If so, which ones?

Is free trade always a good thing, in your opinion?

Раздел 10 «Конкуренция»

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

Have you ever felt you were flogging a dead horse

a) at work? b) in your private life?

Which companies are ahead of the game in your industry or the industry you would like to work in?

Can you give an example of a situation when someone moved the goalposts?

you were in the driving seat? How did you feel?

Name some major players in the following industries: automotive, telecoms, computing, electronics, an industry you know well.

Примеры Кейс задачи по дисциплине «Деловой иностранный язык»

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 расширить 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.

Темы рефератов:

1. Types and structures of business.
2. Doing Business Internationally.
3. Leadership in different times.
4. Leaving and working abroad. (cultures)
5. The inevitability of change.
6. Internet advertising.
7. Getting into new markets.

Типовые контрольные задания по дисциплине «Деловой иностранный язык»

Reading Comprehension Test:

What price a job change?

Bosses think workers are slackers, and employees think too much is asked of them. Whatever happened to loyalty?

It used to be simple. Employees were loyal to their bosses, and in return, a job was for life. Things have certainly changed, and two recent studies, one from Malpas HR Services and the other from the Chartered Institute of Personnel and Development, have concluded that there now exists a considerable discrepancy in expectations between worker and boss.

Malpas, the UK's largest provider of personnel training, interviewed 180 general managers and personnel practitioners, and the results are intriguing. For instance, more than half of employers felt that their staff performed little more than was required of them, whereas in fact 80% of employees were working well beyond what their employment contract dictated. Staff also

underestimated how solidly they were required to perform during working hours: 66% of employers thought it fair that staff should work solidly for between 75% and 95% of their total hours, but only 46% of employees considered this to be a fair expectation.

‘The survey reveals considerable discrepancies between what each side believes the other is contributing to the psychological contract, the unspoken assumption between an employer and an employee relating to issues of job. In a competitive recruitment market, it is vital that HR people and employers develop a full understanding of employees’ expectations and aspirations,’ says director of Malpas, Margaret Malpas.

So are employers being plain greedy or are workers a bunch of slackers? ‘It seems that employees have higher expectations than they used to’. Says Malpas. ‘We have the media giving us lots of examples of what it means to have a nice lifestyle, we’ve got things like the National Lottery making us believe we can be instant winners. It all leads to great expectations of wanting rather a lot and wanting it now.

‘Because people want a tremendous amount, they are prepared to push themselves harder to get it. Currently it’s an employees’ market, and the workforce is far more mobile than it has ever been, they are prepared to move to get what they want from the right employer,’ she adds.

So does this mean that a job for life is a thing of the past? ‘I don’t think it has to be, but it won’t be viable in the way that it used to be for a large mass of the population. A lot of people have given up on that and they now want more flexibility over security,’ argues Malpas.

Tricia Phillips, regional manager of recruitment consultancy Adecco, agrees. ‘Good, skilled people can always call the shots, especially when unemployment is low, but candidates should be careful when jumping from one job to another. Employers do look at staff for the commitment, and in a buoyant market, employees may be tempted to move for a rise in salary. But beware when there is a change in the market, employers will look at their staff to see which of them have demonstrated loyalty in their career history.’

1. How many specialist recruitment firms are referred to in the article?
2. What do these words refer to? Choose the correct alternative.
 - a) It
 - 1) Relationships between employees
 - 2) Relationships between employers and employees
 - 3) Relationships between employers
 - b) Things
 - 1) General social conditions
 - 2) Conditions around the world
 - 3) Conditions in the workplace
 - c) One
 - 1) The study by Malpas HR Services
 - 2) The study by the Chartered Institute of Personnel and Development
 - 3) One of the conditions in the workplace
 - d) The other
 - 1) The study by Malpas HR Services
 - 2) The study by the Chartered Institute of Personnel and Development

- 3) One of the conditions in the workplace
- 3. What was the first finding of the two studies mentioned on the article?
 - a) There is a big difference between what employees expect from work and what employers expect from them.
 - b) Employees have the same view of work as their employers.
 - c) Employers want employees to work harder.
- 4. Put the questions in the same order as the information in lines 11-29 based on the answers that were obtained from them.
 - a) How much of the day should your employees be working ‘solidly’?
 - b) As an employee, how much of the day is it reasonable for you to be working ‘solidly’?
 - c) Do you think your employees are going more than the minimum that they should do?
 - d) As an employee, do you think you do more than the minimum?
- 5.A Match the two parts of these expressions. One of the words on the right occurs twice.

1. unspoken	a) understanding
2. psychological	b) treatment
3. honest	c) discrepancies
4. full	d) contract
5. fair	e) assumption
6. considerable	f) treatment

- 5.B How much the expressions in 5A to their meanings a-e.
 - a) when people are dealt with in a just way (2 expressions)
 - b) something that no one says out loud but that everyone thinks
 - c) big differences
 - d) an agreement between two people that may not be written down
 - e) when you know all about a situation
- 6. Find expressions to complete these statements.
 - a) If you don’t work hard, people may accuse you of being a
 - b) The way, that you live, how you spend your money, etc. is your
 - c) If you put a lot of effort into work, you yourself
 - d) All the people who work in a particular company, industry, country, etc. are its
 - e) If people are willing to change jobs often, they are
- 7. True or false?
 - a) Jobs for life no longer exist for anyone at all.
 - b) Jobs for life still exist for some people.

- c) People are more interested in having a job is guaranteed than in being able to change jobs easily.
- d) If you call the shots, other people tell you want to do.
- e) When the employment market is buoyant and employers are looking for workers, employees tend to change jobs in order to get a higher salary.
- f) When the employment market is less buoyant, employers become interested in employees who have shown loyalty to their organisations.

Vocabulary test:

Choose the best word or phrase to complete these sentences.

1. First Direct has created high customer satisfaction with _____ interaction.
 - a) only a little
 - b) frequent
 - c) Internet-only
2. QVC customers feel that they have _____ with the company's presenters.
 - a) little time
 - b) a relationship
 - c) two-way communication
3. _____ don't always give a clear understanding of customers.
 - a) Satisfaction surveys
 - b) Sales figures
 - c) Perceptions
4. 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
5. It is important to ask customers' feelings _____.
 - a) at the right time
 - b) before they become angry
 - c) about advertising
6. Brand advertising and communication often focuses on _____.
 - a) customer satisfaction
 - b) staff
 - c) products and fees

Choose the best word or phrase to complete these sentences.

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

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Примерный перечень монологических высказываний к зачету, 7 семестр:

1. Building brand loyalty.
2. Brand stretching.
3. Business travel market.
4. Business travel services.
5. The main problems businesses face when going through change.
6. Company organization.
7. Advertising models and methods.
8. How does advertising work?
9. The stages of a typical advertising campaign.
10. Cultural awareness.
11. Dealing with cultural diversity.
12. What is the role of the HRD.
13. Employing the right people.

Примерный перечень монологических высказываний к зачету, 8 семестр:

1. Why does it make sense for countries to trade goods and services?
2. The importance of international markets.
3. International trade is the manifestation of a globalizing world.
4. Free trade.
5. The basic leadership qualities.
6. Are leaders born or made?
7. What company may be called a market leader?
8. Head-to-head competition.

Критерии оценки по промежуточной аттестации (зачтено/не зачтено)

- оценка «зачтено»:

Выставляется по совокупности оценок за все виды аудиторной и внеаудиторной работы: подготовка к практическим занятиям; участие в дискуссии по темам дисциплины; знание активного словаря; ясно и грамотно излагает материал; демонстрирует знание материала по разделу, дает логичные аргументированные ответы на поставленные вопросы; выставляется студенту, демонстрирует достаточно высокий уровень знаний по пройденному материалу (60-100%)

- оценка «не зачтено»:

Выставляется при отсутствии результатов аудиторной и вне аудиторной работы: незнание активного словаря, неготовность к практическим занятиям; отсутствие знаний по изучаемому разделу, низкая активность в дискуссии, трудности в ответах на поставленные вопросы, в речи много грамматических и лексических ошибок; монологическое высказывание не подготовлено, либо имеет существенные проблемы по представленной тематике; уровень знаний пройденного материала ниже 60%.

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,
- 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 (модуля).

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. Спасибухова, А.Н. Деловой английский язык: для самостоятельной работы студентов : учебное пособие / А.Н. Спасибухова, И.Н. Раптанова, К.В. Буркеева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2013. - 163 с. : табл. - Библиогр.: с. 80. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270303>

5.2 Дополнительная 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. Гурьева З.И., Лоза В.И., Петрушова Е.В. Английский язык как средство межкультурной коммуникации в профессиональной сфере – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2018 – 113с.

5.3. Периодические издания:

1. The Guardian
2. The Times
3. The Economist
4. The Independent

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

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 (модуля).

Для успешного овладения дисциплиной «Деловой 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.

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 образцу.

Составление деловых писем.

Деловые письма пишутся по установленной форме, часто на бланках.

Деловое письмо делят на следующие части:

- 1) в правом верхнем углу обычно ставится штамп компании с ее адресом (1-я строка – название фирмы, 2-я строка – адрес фирмы: номер дома, название улицы, город, почтовый индекс, страна) или ваш адрес, если вы пишете на имя компании;
- 2) под штампом дата письма;
- 3) в левой части наименование и адрес получателя письма;
- 4) тема письма (для того, чтобы сразу стало понятно, о чем данное письмо и кому и в какой отдел его нужно переслать);
- 5) вступительное обращение;
- 6) основной текст письма;
- 7) заключительная формула вежливости;
- 8) подпись;
- 9) указание на приложение.

Вступительное обращение пишется следующим образом:

1. если вы не знаете фамилию человека или людей, к которым вы обращаетесь, письмо обычно начинается со слов *Dear Sir, Dear Sirs* или *Gentlemen*.

2. Если вы пишете женщине и не знаете ее фамилию, обычным является обращение *Dear Madam*.

3. Если вы знаете фамилию адресата, обычным обращением к мужчине является: *Dear Mr. Smith*, к женщине *Dear Miss Smith* (незамужней женщине), *Dear Mrs. Smith* (замужней женщине), *Dear Ms. Smith* (если вы не знаете, замужем она или нет; эта форма приобретает все более широкое распространение).

В деловом письме в обращении НЕЛЬЗЯ писать ИМЯ после слов *Mr., Mrs, Ms.*

Заключительная часть письма – подпись, которая зависит от обращения. Если вы начали письмо с обращения *Dear Sir, Dear Sirs Dear Madam* или *Gentlemen*, в конце письма перед подписью вы должны поставить слова *Yours faithfully*.

Если вы начали письмо с обращения *Dear Mr. Smith, Dear Miss Smith, Dear Mrs. Smith, Dear Ms. Smith*, обычным окончанием будут слова *Yours sincerely*.

Язык написания делового письма отличается от стиля личного письма. В деловых письмах язык более официален и строг; не принято употребление сокращенных глагольных форм, в то время как конструкции со страдательным залогом используются гораздо чаще. Для деловой переписки характерно употребление стандартных выражений, используемых для подтверждения получения деловых писем, для выражения просьбы, при сообщении о посылке каталогов или документов, при ссылке на документы и т.д. Эти стандартные выражения необходимо выучить.

Работа над аннотацией

Аннотация (от лат. *annotatio* - замечание) к научной статье – обязательный элемент каждой научной статьи, представляющий собой краткое, обобщённое описание содержания изложенного текста, т.е. – это характеристика, отражающая суть, назначение и основные проблемы рассмотренной темы, без полного раскрытия тематики публикации.

Аннотации могут быть:

1) справочные (раскрывают тематику документов и сообщают какие-либо сведения о нем, но не дают критической оценки);

2) рекомендательные (содержат оценку документа с точки зрения его пригодности для определенной категории читателей);

3) общие (характеризуют документ в целом и рассчитаны на широкий круг читателей);

4) специализированные аннотации (раскрывают документ лишь в определенных аспектах, интересующих узкого специалиста, дают в сжатой форме только самые основные положения и выводы документов);

5) обзорные (или групповые) аннотации (содержат обобщенную характеристику двух и более документов, близких по тематике), подразделяются на 2 вида:

а) справочная обзорная (объединяет сведения о том, что является общим для нескольких книг (статей) на одну тему, с уточнением особенностей трактовки темы в каждом из аннотированных произведений);

б) рекомендательная обзорная аннотациях (приводит различия в трактовке темы, в степени доступности, подробности изложения и другие сведения рекомендательного характера).

Для написания аннотации к научной статье необходимо следование установленным правилам, требованиям и образцам написания аннотации.

Требования к написанию аннотации:

1) краткость – важно заинтересовать читателя несколькими краткими, но существенными по содержанию предложениями, Рекомендуемый средний объем аннотации 500 печатных знаков. На практике, аннотация к научной статье включает 50-400 слов;

2) четкость – аннотация должна отражать самую сущность содержания, заинтересовывая читателя новшеством исследования, строго соответствовать требованиям, предъявляемые к содержанию по структуре, сущности и объему;

3) понятность и эффективность - аннотация должна быть написана научным, но понятным и доступным для широкого круга пользователей языком с применением широко известных, общепринятых определений, оборотов и терминов; без использования сложных терминов и оборотов, слабо известной, узкоспециализированной терминологии и аббревиатур.

Для грамотного составления аннотации на иностранном языке необходимо уметь правильно использовать обороты, времена, знать специальную терминологию, следовать стилистике языка, избегать использования прилагательных, наречий, вводных слов, не влияющих на содержание. Аннотации на иностранном языке обычно содержат не более 20-

30 строчек, где в сжатой форме представлены только самые основные положения и выводы документов. При написании аннотация к научной статье широко применяются безличные конструкции и пассивный залог.

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 (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

В процессе организации занятий по дисциплине применяются современные информационные технологии:

Компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации информации.

При подготовке к лабораторным занятиям студент может использовать имеющееся на кафедре программное обеспечение и Интернет-ресурсы.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Программное обеспечение – Microsoft Office, Microsoft Windows

8.3 Перечень информационных справочных систем:

2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru>)
2. Электронная библиотечная система Юрайт (<https://www.biblio-online.ru>)
3. Электронная библиотечная система Biblioclub (<http://biblioclub.ru>)

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лабораторные занятия	Ауд. 323- учебная мебель, проектор-1 шт., экран- 1шт., персональный компьютер- 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, персональный ноутбук- 1 шт.
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Ауд. 318- учебная мебель Ауд. 350- учебная мебель
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Ауд. 360- учебная мебель, ТВ- 1 шт., Ауд. 349- учебная мебель Ауд. 348- учебная мебель
4.	Самостоятельная работа	Ауд. № 347-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