

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

Хагуров Т.А.

« 28 » мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.05.04 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление

подготовки/специальность: 58.03.01 Востоковедение и африканистика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль):

«Азиатские исследования»

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения:

очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника:

бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2021

Рабочая программа дисциплины Б1.О.05.04 «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 58.03.01 «Востоковедение и африканистика», утвержденным приказом Минобрнауки России № 1051 от 18.08.2020 г.

Программу составила:

Петрушова Е.В., к.ф.н., доцент



Рабочая программа дисциплины Б1.О.05.04 «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» утверждена на заседании кафедры английского языка в профессиональной сфере

протокол № 8 «18» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой английского языка в профессиональной сфере
Гурьева З.И.



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

протокол № 5 «18» мая 2021 г.

Председатель УМК факультета РГФ *Бодоньи М.А.*



Рецензенты:

Лучинская Е.Н., зав. кафедрой общего и славяно-русского языкознания КубГУ д.ф.н., профессор
Ярмолинец Л.Г., зав. кафедрой иностранных языков КГУФКСТ к.ф.н., профессор

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель освоения дисциплины: формирование и развитие способности осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

1.2 Задачи дисциплины

- расширять знания о нормах и требованиях к устной и письменной деловой коммуникации, принятых в стране изучаемого языка;
- развивать умения применять нормы и требования, принятые в стране(ах) изучаемого языка, при реализации устной и письменной деловой коммуникации;
- развивать способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке;
- развивать умения работать с информационно-поисковыми системами Интернет, а также открытыми базами данных, проводя поиск и анализ информации с применением различных методик, а также поиск и перевод материалов на иностранном языке;
- расширять знания о специфике материальной и духовной культуры изучаемой страны (региона);
- развивать умения применять современные информационно-коммуникационные технологии для решения исследовательских и практических задач в профессиональной деятельности;
- формировать способности использовать знание этнографических, этнолингвистических и этнопсихологических особенностей народов Азии и Африки и их влияния на формирование деловой культуры и этикета поведения.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» относится к базовой части Блока 1 Дисциплины (модули) учебного плана бакалавриата направления подготовки 58.03.01 Востоковедение и африканистика.

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:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-4: способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	
ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.	<i>Знает:</i> нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.
	<i>Умеет:</i> применять нормы и требования, принятые в стране(ах) изучаемого языка, при реализации устной и письменной деловой коммуникации.
	<i>Владеет:</i> способностью к порождению устной и письменной деловой коммуникации с учетом соблюдения норм и требований, принятых в стране(ах) изучаемого языка.
ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).	<i>Знает:</i> языковые средства (грамматические, лексические) необходимые для реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.

	<p><i>Умеет:</i> использовать языковые средства для реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.</p> <p><i>Владеет:</i> способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.</p>
ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами.	<p><i>Знает:</i> коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами.</p> <p><i>Умеет:</i> делать сообщения, доклады с предварительной подготовкой.</p> <p><i>Владеет:</i> навыками диалогической и монологической речи с использованием изученных лексико-грамматических средств в коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения, в том числе на профессионально ориентированные темы.</p>
ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	<p><i>Знает:</i> основы ведения деловой переписки.</p> <p><i>Умеет:</i> использовать диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p> <p><i>Владеет:</i> навыками деловой переписки.</p>
ПК-4: способен работать с информационно-поисковыми системами Интернет, а также открытыми базами данных, проводя их поиск и анализ информации с применением различных методик, а также поиск и перевод материалов на языке изучаемого региона	
ИПК-4.1. самостоятельно каталогизирует и классифицирует накопленный массив информации и формирует структурированные и неструктурированные базы данных	<p><i>Знает:</i> содержание информационно-поисковых системам Интернет, а также открытых баз данных.</p> <p><i>Умеет:</i> проводить поиск и анализ информации с применением различных методик, а также формировать структурированные и неструктурированные базы данных.</p> <p><i>Владеет:</i> навыками реферирования и перевода литературы по специальности.</p>
ПК-10: способен владеть информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры изучаемой страны (региона), способностью учитывать в практической и исследовательской деятельности специфику, характерную для носителей соответствующих культур	
ИПК-10.1. Учитывает специфику материальной и духовной культуры изучаемой страны (региона).	<p><i>Знает:</i> основы культуры и традиций стран изучаемого языка, правила речевого этикета.</p> <p><i>Умеет:</i> учитывать специфику материальной и духовной культуры изучаемой страны (региона) при переводе текстов различных жанров и стилей на профессиональном уровне.</p> <p><i>Владеет:</i> информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры изучаемой страны (региона), способностью учитывать в практической и исследовательской деятельности специфику, характерную для носителей соответствующих культур.</p>
ИПК-10.2. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для решения исследовательских и практических задач в профессиональной	<i>Знает:</i> современные информационно-коммуникационные технологии для решения исследовательских и практических задач в профессиональной деятельности.

<p>деятельности.</p>	<p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с мультимедийными средствами; - пользоваться электронными словарями и другими электронными ресурсами для решения лингвистических задач. <p><i>Владеет:</i> основами современной информационной и библиографической культуры, навыками осуществления поиска информации в справочной, специальной литературе и в компьютерных сетях.</p>
<p>ПК-11: способен использовать знание этнографических, этнолингвистических и этнопсихологических особенностей народов Азии и Африки и их влияния на формирование деловой культуры и этикета поведения</p>	
<p>ИПК-11.1. Анализирует этнографические, этнолингвистические и этнопсихологические особенности народов Азии и Африки и содержательно объясняет их в экономических, социальных, политических и культурных измерениях.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы сбора, анализа и синтеза информации, стратегии и методы достижения поставленной цели, основные приемы аргументации применительно к сфере профессиональной деятельности; - основные сведения об этнокультурных, этнопсихологических и этноконфессиональных особенностях восточной цивилизации. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить комплексный анализ факторов, влияющих на поведение и методы делового общения представителей азиатских и африканских народов; - логически верно, аргументированно, ясно и связано выстраивать свою устную и письменную речь применительно к сфере профессиональной деятельности; - использовать теоретические знания по этнологии и этнопсихологии стран Азии и Африки на практике, в том числе готовить информационно-аналитические материалы и справки, реферировать и рецензировать научную литературу. <p><i>Владеет:</i> навыками использования знания этнокультурных ценностей представителей азиатских и африканских народов в практике межкультурной коммуникации; распознавания проявлений этнических духовных и эстетических ценностей при анализе межкультурных коммуникативных практик; квалифицированного использования терминологии для понимания текстов по этнологии и этнопсихологии стран Азии и Африки; корректного применения понятийного аппарата этнологических и этнопсихологических исследований в сфере изучения этнокультурных и этнорелигиозных традиций.</p>

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице:

Виды работ	Всего часов	Форма обучения
		очная
		VII семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:	60.3	
Аудиторные занятия (всего):	60	60
занятия лекционного типа		
лабораторные занятия		
практические занятия	60	60
семинарские занятия		
Иная контактная работа:		
Контроль самостоятельной работы (КСР)		
Промежуточная аттестация (ИКР)	0.3	0.3
Самостоятельная работа, в том числе:	48	48
Подготовка к текущему контролю		
Контроль:		
Подготовка к экзамену	35.7	35.7
Общая трудоемкость	144	144
час.		
в том числе контактная работа	60.3	60.3
зач. ед	4	4

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (очная форма обучения)

№ раздела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Organisation	14	-	8	-	6
2	Human Resources	10	-	6	-	4
3	Travel	8	-	4	-	4
4	Brands	12	-	6	-	6
5	Change	8	-	4	-	4
6	Advertising	14	-	8	-	6
7	Leadership	10	-	6	-	4
8	Cultures	14	-	8	-	6
9	International markets	8	-	4	-	4

10	Competition	10	-	6	-	4
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i>	108	-	60	-	48
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0.3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1. Занятия лекционного типа – не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

7 семестр

№	Наименование раздела (темы)	Наименование лабораторных работ (тем)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Organisation	Speaking: Talk about status within an organization. Vocabulary: Words and expressions to describe company structure. Grammar: Noun combinations. Reading: A successful organization. Listening: An interview with a management consultant. Skills: Socialising: introductions and networking.	Коммуникативные ситуации. Практическое задание.
2.	Human Resources	Speaking: Talk about job interviews. Vocabulary: Expressions for talking about job applications. Grammar: -ing forms and infinitives Reading: Women at work. Listening: An interview with an international recruitment specialist. Skills: getting information on the phone. Writing: CV, cover letter.	Коммуникативные ситуации. Материалы для письменного перевода с английского языка на русский. Деловое письмо.
3.	Travel	Speaking: Talk about your travel experiences. Vocabulary: British and American travel words. Grammar: Talking about the future. Reading: What business travelers want. Listening: An interview with a sales director of a hotel chain. Skills: Telephoning: making arrangements.	Коммуникативные ситуации. Тестирование по пройденному материалу.
4.	Brands	Speaking: Talk about your favourite brands. Vocabulary: Brand management. Grammar: Present Simple and Present Continuous. Listening: An interview with a brand manager. Reading: Building luxury brands. Skills: Taking part in meetings.	Коммуникативные ситуации. Подготовка монологического высказывания с использованием презентации.
5.	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. Skills: Managing meetings.	Практическое задание. Коммуникативные ситуации.
6.	Advertising	Speaking: Discuss authentic advertisements. Vocabulary: Words and expressions for talking about advertising.	Коммуникативные ситуации. Подготовка

		Grammar: Articles. Reading: A new kind of campaign. Listening: An interview with a marketing communications executive. Skills: Starting and structuring a presentation. Writing: letter.	монологического высказывания с использованием презентации. Тестирование по пройденному материалу. Деловое письмо.
7.	Leadership	Speaking: Discuss the qualities of good leadership. Vocabulary: Words to describe character. Grammar: Relative clauses. Listening: An interview with a managing director of an executive recruitment company. Reading: Leading L'Oreal. Skills: Presenting. Writing: e-mail.	Коммуникативные ситуации. Материалы для письменного перевода с английского языка на русский. Деловое письмо.
8.	Cultures	Speaking: Discuss the importance of cultural awareness in business. Vocabulary: Idioms for talking about business relationships. Grammar: Advice, obligation and necessity. Reading: Culture shock. Listening: An interview with the manager of a cultural training centre. Skills: Social English. Case study: Prepare a talk on business culture.	Коммуникативные ситуации. Подготовка монологического высказывания с использованием презентации.
9.	International Markets	Speaking: Discuss the development of international markets. Vocabulary: Expressions for talking about free trade. Grammar: Conditions. Reading: Trade between China and the US. Listening: An interview with an expert on negotiating. Skills: Negotiating.	Коммуникативные ситуации, реферат. Материалы для письменного перевода с английского языка на русский.
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. Skills: Negotiating.	Коммуникативные ситуации. Тестирование по пройденному материалу.

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.3.4. Курсовые работы (проекты) – не предусмотрены.

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

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного материала	1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной коммуникации», утвержденные кафедрой английского языка в профессиональной сфере, протокол № 8 от 18 мая 2021 г.

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

Для лиц с нарушениями зрения:

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

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

Образовательные технологии, используемые в процессе реализации курса «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» направлены на активизацию познавательной деятельности студентов, развитие способов продуктивной деятельности, расширение стратегий обучающихся при работе с информационными текстами, стимулирование критического и творческого подхода к решению учебных задач и моделированию профессиональной деятельности, активизация сотрудничества, развитие умений работать в команде.

При освоении дисциплины применяются следующие образовательные технологии:

1) Дифференцированное обучение – организация образовательного процесса на основе учета индивидуально-типологических особенностей обучающихся и вариативного построения учебного процесса в выделенных группах. Реализуется путем включения в учебный процесс заданий различного уровня сложности (репродуктивный, продвинутый, творческий). При использовании дифференцированного подхода используется метод малых групп, метод проектов.

2) Интерактивное обучение как способ организации учебного процесса, при котором студенты и преподаватель активно взаимодействуют друг с другом. Каждый участник взаимодействия вносит свой вклад, в ходе работы происходит обмен идеями, знаниями, выработка совместных способов действия. Интерактивное обучение реализуется в ходе фронтальной, групповой и парной работы. Признаки интерактивного обучения: комфортная психологическая атмосфера занятий, позволяющая студенту чувствовать свою интеллектуальную состоятельность, психологическую защищенность; самостоятельный поиск обучающимися вариантов решения поставленной учебной задачи; при этом исключается доминирование какого-либо участника учебного процесса или какой-либо идеи, превосходство активности обучающихся над активностью преподавателя, активное воспроизведение ранее полученных теоретических знаний в новых условиях, наличие обратной связи.

3) Проблемное обучение как технология, основанная на структуре учебного процесса, предполагающего разрешение последовательно создаваемых учебных проблемных ситуаций. Проблемная ситуация – осознанное интеллектуальное затруднение, порождаемое несоответствием между имеющимися знаниями и теми, которые необходимы для решения возникшей ситуации. Учебная проблема направляет мыслительный поиск, пробуждает интерес к исследованию. Проблема выражается в форме проблемного вопроса или проблемного задания.

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

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Иностранный язык в профессиональной коммуникации».

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.	Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.	Тесты 1-3	Вопрос экзамена № 1.
2	ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.	Умеет применять нормы и требования, принятые в стране(ах) изучаемого языка, при реализации устной и письменной деловой коммуникации.	Практическое задание	Вопрос экзамена №1.
3	ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка.	Владеет способностью к порождению устной и письменной деловой коммуникации с учетом соблюдения норм и требований, принятых в стране(ах) изучаемого языка.	Темы монологических высказываний в устной или письменной форме 1-14	Вопрос экзамена № 3.
4	ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).	Знает языковые средства (грамматические, лексические) необходимые для реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.	Материалы для письменного перевода с английского на русский язык	Вопрос экзамена № 1.
5	ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).	Умеет использовать языковые средства для реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.	Коммуникативные ситуации	Вопросы экзамена № 2-3.

6	ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).	Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.	Задания для подготовки презентаций 1-14	Вопрос экзамена № 3.
7	ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами.	Знает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами	Коммуникативные ситуации	Вопрос экзамена № 2.
8	ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами.	Умеет делать сообщения, доклады с предварительной подготовкой.	Задания для подготовки презентаций 1-14	Вопрос экзамена № 3.
9	ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами.	Владеет навыками диалогической и монологической речи с использованием изученных лексико-грамматических средств в коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения, в том числе на профессионально ориентированные темы.	Темы монологических высказываний в устной или письменной форме 1-14	Вопрос экзамена № 3.
10	ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	Знает основы ведения деловой переписки.	Деловое письмо	Вопрос экзамена № 2.
11	ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	Умеет использовать диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	Коммуникативные ситуации	Вопрос экзамена № 2.
12	ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в	Владеет навыками деловой переписки.	Деловое письмо	Вопрос экзамена № 2.

	социальной и профессиональной сферах			
13	ИПК-4.1. Самостоятельно каталогизирует и классифицирует накопленный массив информации и формирует структурированные и неструктурированные базы данных	Знает содержание информационно-поисковых системам Интернет, а также открытых баз данных.	Материалы для письменного перевода с английского на русский язык	Вопрос экзамена № 1.
14	ИПК-4.1. Самостоятельно каталогизирует и классифицирует накопленный массив информации и формирует структурированные и неструктурированные базы данных	Умеет проводить поиск и анализ информации с применением различных методик, а также формировать структурированные и неструктурированные базы данных.	Задания для подготовки презентаций 1-14	Вопрос экзамена № 3.
15	ИПК-4.1. Самостоятельно каталогизирует и классифицирует накопленный массив информации и формирует структурированные и неструктурированные базы данных	Владеет навыками реферирования и перевода литературы по специальности.	Реферирование	Вопрос экзамена № 1.
16	ИПК-10.1. Учитывает специфику материальной и духовной культуры изучаемой страны (региона).	Знает основы культуры и традиций стран изучаемого языка, правила речевого этикета.	Коммуникативные ситуации	Вопрос экзамена № 2.
17	ИПК-10.1. Учитывает специфику материальной и духовной культуры изучаемой страны (региона).	Умеет учитывать специфику материальной и духовной культуры изучаемой страны (региона) при переводе текстов различных жанров и стилей на профессиональном уровне.	Материалы для письменного перевода с английского на русский язык	Вопрос экзамена № 1.
18	ИПК-10.1. Учитывает специфику материальной и духовной культуры изучаемой страны (региона).	Владеет информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры изучаемой страны	Коммуникативные ситуации	Вопрос экзамена № 2.

		(региона), способностью учитывать в практической и исследовательской деятельности специфику, характерную для носителей соответствующих культур.		
19	ИПК-10.2. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для решения исследовательских и практических задач в профессиональной деятельности.	Знает современные информационно-коммуникационные технологии для решения исследовательских и практических задач в профессиональной деятельности.	Рефераты	Вопрос экзамена № 3.
20	ИПК-10.2. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для решения исследовательских и практических задач в профессиональной деятельности.	Умеет: - работать с мультимедийными средствами; - пользоваться электронными словарями и другими электронными ресурсами для решения лингвистических задач.	Материалы для письменного перевода с английского на русский язык	Вопрос экзамена № 1.
21	ИПК-10.2. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для решения исследовательских и практических задач в профессиональной деятельности.	Владет основами современной информационной и библиографической культуры, навыками осуществления поиска информации в справочной, специальной литературе и в компьютерных сетях.	Рефераты	Вопрос экзамена № 3.
22	ИПК-11.1. Анализирует этнографические, этнолингвистические и этнопсихологические особенности народов Азии и Африки и содержательно объясняет их в экономических, социальных, политических и	Знает: - основные методы сбора, анализа и синтеза информации, стратегии и методы достижения поставленной цели, основные приемы аргументации применительно к сфере профессиональной деятельности;	Задания для подготовки презентаций 1-14	Вопрос экзамена № 3.

	культурных измерениях.	- основные сведения об этнокультурных, этнопсихологических и этноконфессиональных особенностях восточной цивилизации.		
23	ИПК-11.1. Анализирует этнографические, этнолингвистические и этнопсихологические особенности народов Азии и Африки и содержательно объясняет их в экономических, социальных, политических и культурных измерениях.	Умеет: - проводить комплексный анализ факторов, влияющих на поведение и методы делового общения представителей азиатских и африканских народов; - логически верно, аргументированно, ясно и связано выстраивать свою устную и письменную речь применительно к сфере профессиональной деятельности; - использовать теоретические знания по этнологии и этнопсихологии стран Азии и Африки на практике, в том числе готовить информационно-аналитические материалы и справки, реферировать и рецензировать научную литературу.	Рефераты	Вопрос экзамена № 3.
24	ИПК-11.1. Анализирует этнографические, этнолингвистические и этнопсихологические особенности народов Азии и Африки и содержательно объясняет их в экономических, социальных, политических и культурных измерениях.	Владеет навыками использования знания этнокультурных ценностей представителей азиатских и африканских народов в практике межкультурной коммуникации; распознавания проявлений этнических духовных и эстетических	Коммуникативные ситуации	Вопрос экзамена № 3.

	ценностей при анализе межкультурных коммуникативных практик; квалифицированного использования терминологии для понимания текстов по этнологии и этнопсихологии стран Азии и Африки; корректного применения понятийного аппарата этнологических и этнопсихологических исследований в сфере изучения этнокультурных и этнорелигиозных традиций.		
--	---	--	--

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Типовой тест № 1

LANGUAGE

A Complete the sentences so that they have the same meaning as the sentence given.

- 0 That car cost 20,000 euro.
It's a 20,000-euro car.
- 1 His presentation will last for ten minutes.
He's going to give a _____ presentation.
- 2 Our sales rose from \$4 million to \$6 million last year.
Last year, our sales rose by _____.
- 3 I need to know more about the meeting we had today.
I need to know more about _____.
- 4 Our investment rose by £4 million to £16 million.
Our investment rose from _____ to £16 million.
- 5 What was the main idea of the paper?
What was the _____?

B Complete the text. Use *a, an, the* or zero article.

European stock markets

Shares in the aerospace and defence group, EADS rose by _____⁶ 2 per cent to €29.89 on _____⁷ announcement that Chile's LAN Airlines had confirmed _____⁸ order for 25 jets from the European aircraft manufacturer Airbus, _____⁹ joint company owned by EADS and BAE Systems of _____¹⁰ UK.

C Choose the correct words to complete each sentence.

- 11 (I'm going to visit / I visiting) the factory in Itami next week.

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

VOCABULARY

A Match the sentence beginnings with the best endings.

- 23 When I was promoted, my new job was tough. I was really thrown in at the
 - 24 We're planning a party to break the
 - 25 When I gave a client a really big discount, I got into
 - 26 Jim and I agree about a lot of things but we don't see eye to
 - 27 Visiting the factories in South China was a real
 - 28 I don't speak Korean, so whenever I visit the Seoul office, I feel like a fish out of
 - 29 The new manager in Dubai gets on with the area manager like
- a) water.
 - b) deep end.
 - c) a house on fire.
 - d) eye-opener for the sales team.
 - e) ice with the new employers.
 - f) eye about the issue of bonuses.
 - g) hot water with my boss.

B Choose the best words to complete these sentences.

- 30 When high _____ are charged on imports, the market isn't really free.
a) barriers b) tariffs c) quotas
- 31 _____ are a feature of protected markets.
a) Open Borders b) Developing industries c) Restrictions
- 32 Governments _____ markets by lifting barriers to trade.
a) liberalise b) subsidise c) compete
- 33 _____ of foreign goods is driving domestic companies out of business.
a) Regulation b) Customs c) Dumping
- 34 We're trying to _____ a team of people to work in the Bahrain office.
a) assemble b) make c) check
- 35 We can _____ the candidates, then interview five of them.
a) train b) shortlist c) advertise
- 36 I had to take a _____ to assess my mental ability.
a) probationary period b) psychometric test c) résumé
- 37 I filled out the _____ and gave it to the interviewer.
a) curriculum vitae b) application form c) covering letter

Критерии оценки тестовых заданий

Оценка	Критерии оценки
Высокий уровень «5» (отлично)	90-100% правильных ответов
Средний уровень «4»	75-89% правильных ответов

(хорошо)	
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	60-74% правильных ответов
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	менее 60% правильных ответов

Пример коммуникативной ситуации № 1:

Раздел 1 «Организация: основные характеристики и типы компаний»

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

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

Пример коммуникативной ситуации № 2:

Раздел 10 «Конкуренция»

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

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

3. Роли:

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

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

Инструкции для проведения ролевой игры на английском языке

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

Store owner

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

Shampoo manufacturer

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

Пример коммуникативной ситуации № 3:

Раздел 2 «Работа»

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

Процедура решения кейсов:

Первый этап – знакомство с ситуацией.

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

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

Четвертый этап – анализ последствий принятия того или иного решения.

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

Ситуация: Американская сеть фитнес клубов “Fast Fitness” решила 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 кейс задачи 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.

Критерии оценки выполнения коммуникативной ситуации	
Дан полный, развернутый ответ на поставленный(е) вопрос(ы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Ответ формулируется в соответствии с нормами и требованиями к устной и письменной деловой коммуникации, при использовании языковых средств отсутствуют ошибки, ответ логичен, доказателен, демонстрирует позицию студента.	5
Дан полный, развернутый ответ на поставленный(е) вопросы, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Ответ изложен в соответствии с нормами и требованиями к устной и письменной деловой коммуникации, но допускаются некоторые неточности в соблюдении норм и требований, которые не влияют на смысловое содержание, при использовании языковых средств присутствуют незначительные ошибки (1-3), ответ в целом достаточно логичен, демонстрирует позицию студента.	4
Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и	3

несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен. Но не всегда соблюдаются нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации. Допущено 4-7 ошибок в использовании языковых средств.	
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Допущено более 8 ошибок. Нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации не соблюдаются. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента на поставленный вопрос.	2

Пример задания на составление делового письма на английском языке

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

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

To: Agnes Wong

Subject: Hong Kong travel arrangements

Dear Mrs Wong,

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

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

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

Yours sincerely,

Ms Eleanor Adams

Критерии оценки деловых писем

Оценка	Критерии оценки
Высокий уровень «5» (отлично)	1) письмо правильно оформлено: а) правильно расположены адреса б) указана дата в) включает не менее трех параграфов г) правильно начато и закончено 2) письмо соответствует заданию: письмо-жалоба, письмо-запрос и т.д. 3) наличие слов, связывающих параграфы 4) отсутствие ошибок: грамматических, лексических, орфографических (не более двух) в рамках изученного учебного материала 5) официально-деловой стиль

<p>Средний уровень «4» (хорошо)</p>	<p>1) письмо правильно оформлено: а) правильно расположены адреса б) указана дата в) включает не менее трех параграфов г) правильно начато и закончено 2) письмо соответствует заданию: письмо-жалоба, письмо-запрос и т.д. 3) наличие слов, связывающих параграфы 4) наличие ошибок: грамматических (до двух), лексических (до двух), орфографических (не более трех) в рамках изученного учебного материала 5) официально-деловой стиль</p>
<p>Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)</p>	<p>1) письмо правильно оформлено: а) правильно расположены адреса б) указана дата в) включает не менее трех параграфов г) правильно начато и закончено 2) письмо соответствует заданию: письмо-жалоба, письмо-запрос и т.д. 3) наличие слов, связывающих параграфы 4) наличие ошибок: грамматических (3-4), лексических (3-4), орфографических (не более 5-6) в рамках изученного учебного материала 5) официально-деловой стиль</p>
<p>Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)</p>	<p>1) письмо оформлено неправильно: а) нарушены правила расположения адресов, есть ошибки в написании адресов б) отсутствуют параграфы и слова, связывающие их 2) письмо не соответствует заданию 3) письмо написано разговорным английским языком и есть сокращения 4) количество ошибок в грамматическом построении предложений и написании затрудняет чтение письма</p>

Типовое практическое задание 1

Read the article and do the corresponding tasks:

Brands through people

By Simon Glynn

What makes consumers choose one airline over another or one mortgage provider over its rival?

Our research shows that your reaction to a brand depends on your experience of buying, using or owning it and not just on advertising. The most important part of that experience is often your personal interaction with people. This is an area that most companies don't understand or invest enough in.

Take airlines. Satisfaction with cabin crew contributes more to people choosing the same airline again than other factors.

Why do companies not spend more on their people when there are clear benefits? Here are two common reasons.

It's too expensive

Many organisations know that people matter. But they don't invest in this area because they think it is a luxury they cannot afford. And it's true that some role models, such as the Four Seasons hotel group or Virgin Atlantic Upper Class, would be too expensive for most to copy.

But there are smart, affordable solutions that create a lot of brand value out of only a little customer interaction. First Direct earns the highest level of customer recommendation of any UK bank through just the telephone contact with its customers.

Customers at QVC, the market-leading television shopping channel, value their interaction with the station's people – in this case not the call centre staff who take the shopping orders, so much as the relationship that viewers believe they have with QVC's onscreen presenters.

The importance is not clear

Satisfaction surveys can hide the importance of people. For example, choosing a mortgage is often very influenced by counter staff in a bank or building society. Research with customers at the critical stage, where they have received a quote but not yet signed a document, shows that their interaction with the mortgage provider's representative is the biggest single influence on their choice.

It is bigger than perceptions of the products and fees, which are often the subject of the brand's advertising and communications. Yet in the same research conducted after the loan is given, customers may have forgotten the good customer service they received and may focus more on general brand impressions. If you conduct your research at that point – and this is often the case – the very important role that your staff have played will not be clear.

- A Now decide if these statements are true or false.
- 1 Advertising is by far the most important way of supporting a brand's image.
 - 2 Companies often don't invest enough in counter staff.
 - 3 Customers may become loyal to an airline if they like the cabin crew.
 - 4 Spending money on employee training generally isn't very beneficial to a company.
 - 5 Most companies need to understand more about how customers behave.
 - 6 Four Seasons and Virgin Atlantic have invested a lot in their people to build brand value.

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

- 7 First Direct has created high customer satisfaction with _____ interaction.
 - a) only a little
 - b) frequent
 - c) Internet-only
- 8 QVC customers feel that they have _____ with the company's presenters.
 - a) little time
 - b) a relationship
 - c) two-way communication
- 9 _____ don't always give a clear understanding of customers.
 - a) Satisfaction surveys
 - b) Sales figures
 - c) Perceptions
- 10 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
- 11 It is important to ask customers' feelings _____.
 - a) at the right time
 - b) before they become angry
 - c) about advertising
- 12 Brand advertising and communication often focuses on _____.
 - a) customer satisfaction
 - b) staff
 - c) products and fees

Критерии оценки

Оценка	Критерии оценки
Высокий уровень «5» (отлично)	90-100% правильных ответов
Средний уровень «4» (хорошо)	75-89% правильных ответов
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	60-74% правильных ответов
Минимальный уровень «2»	менее 60% правильных ответов

(неудовлетворительно)

Типовое задание на подготовку презентации

You are going to give a presentation about the business culture of your country or a country you know well. Use the list of topics and questions to structure your talk.

Topics

Appearance

- How do men and women dress in business?
- Is casual dress permitted in business meetings?
- How do people dress on social occasions, e.g. at an informal dinner?

Behaviour

- Do people like a lot of personal space?
- Do they usually stand close or far away from another person when talking to colleagues?
- Do staff use first or family names when addressing each other?

Entertainment

- Do businesspeople prefer to entertain guests at home or in a restaurant?
- What advice can you give about gifts?
- What are good/bad topics of conversation?

Meetings

- How important is punctuality in your culture? Is it OK to be late for a meeting?
- Is a person's status important in meetings? Does the most senior person always lead a meeting?
- Is decision-making slow or fast in business?

Business practice

- Do you have to make appointments well in advance?
- What are the usual business hours?
- What is the usual time for a business lunch? How long does it last?

Критерии оценки презентаций

Каждый из предложенных показателей оценивается по критериям выполнен – 2 балла частично выполнен – 1 балл не выполнен – 0 баллов	
Показатели оценки	Критерии оценивания
1	Структура (количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления, например: для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов, включая титульный слайд и слайд с выводами)
2	Наглядность (иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается, например: используются средства наглядности информации в виде таблиц, схем, графиков и т. д.)
3	Дизайн и настройка (оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления)

4	Содержание (презентация отражает основные этапы исследования – проблему, цель, гипотезу, ход выполнения работы, выводы, т.е. содержит полную, понятную информацию по теме доклада при наличии орфографической и пунктуационной грамотности)
5	Требования к выступлению (выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал, выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории, выступающий точно укладывается в рамки регламента).

Типовое задание на реферирование текста

Review the following newspaper article:

The gift economy

The banking crisis of 2008 again raised concerns that our economy is based too much on individual greed. Such an economic model, critics say, comes from a false understanding of human nature. Human society is not made up of individuals pursuing private gain through competition with each other. The real essence of human nature lies in the social bonds that we make through family, friendships, professional associations and local communities. These bonds produce a sense of common purpose and shared values, in which groups of people strive for the things that are for the common good: a sound education, a pleasant environment to live in, a healthy population. It is this idea of shared social interests that is at the heart of the gift economy.

Gift economies thrived in earlier times when people lived in a world of greater abundance and when their wants were fewer. Stone Age hunter-gatherers had shelter and enough food and did not need many possessions – a few weapons for hunting and clothing to keep warm. They helped each other by sharing food and tools without any expectation of payment or immediate reward. But this is not only an idea that applies to a more primitive way of life. There are also many recent examples of the gift economy at work.

In the past, American companies operating in Japan found it difficult to attract Japanese recruits, even though, compared with Japanese employers, they offered more generous wages, shorter work hours and better promotion prospects. But these factors were traditionally not so important to Japanese employees, who did not think of their services as being ‘bought’. Rather, they felt they were entering into a long-term – ‘gift exchange’ – relationship with their employer, which was of mutual benefit.

This relationship had many aspects. At its most basic it involved the simple exchange of physical gifts. For example, if the employee got married, the company sent a gift and even a departmental manager to represent it at the wedding.

Another company gift which is still popular among Japanese employees is the yearly company vacation. On these organised weekends co-workers share dormitories, eat together and visit the same attractions, largely at the company’s expense. For their part, the main gift given by the employees to their company is their hard work and this is why each Japanese employee gives such great attention to accuracy, quality in their work and promptness in its delivery. Even the simplest tasks are carried out with extraordinary care.

Elsewhere, the Internet is facilitating the re-emergence of the gift economy. Neighbourhood groups use online networks to share tools and skills. Someone who needs a long ladder to repair their roof does not need to go out and buy one; they simply put a message up on the neighbourhood discussion board and soon a neighbour will offer theirs. They will probably even help them with the repair, because helping and giving is part of human nature. Via the Internet, knowledge and advice can be shared on almost everything, from how a nuclear reactor works to how to plan your holiday or build your own canoe.

All this is very well, but these are hard times: helping our neighbour with his roof isn’t going to pay the bills, I hear you say. But in an indirect way it is. The point is that by stressing the co-operative side of human nature, the gift economy helps us all. It keeps in check the excesses of big commercial organisations that seek to exploit situations for their own gain. So

the big supermarket chains must understand that it is in the common interest not to force small shopkeepers out of business. Big industrial farms must realise that they cannot go on intensively farming the land until there is nothing left in it. Other large companies should not always seek to drive the hardest bargain possible with their suppliers, but just pay them fairly. That is the real lesson of the gift economy.

Критерии оценки реферирования текста

Оценка	Критерии оценки
Высокий уровень «5» (отлично)	Цели реферирования и коммуникации достигнуты в полной мере; допущено не более одной полной коммуникативно значимой ошибки (одной речевой ошибки, или лексической, или грамматической ошибки, приведшей к недопониманию или непониманию), а также не более трех коммуникативно незначимых ошибок. Реферирование текста осуществлено в полном объеме.
Средний уровень «4» (хорошо)	Главные цели реферирования и коммуникации достигнуты; допущено не более двух-трех полных коммуникативно значимых ошибок (или четырех речевых ошибок, или лексических, или грамматических ошибок, приведших к недопониманию или непониманию) и четырех коммуникативно незначимых ошибок. Реферирование текста осуществлено практически в полном объеме.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	Главные цели реферирования и коммуникации достигнуты частично; допущено не более пяти полных коммуникативно значимых ошибок (или пяти речевых ошибок, или лексических, или грамматических ошибок, приведших к недопониманию или непониманию) и пяти коммуникативно незначимых ошибок. Реферирование текста осуществлено в основном.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	Главные цели реферирования и коммуникации не достигнуты; допущено более пяти полных коммуникативно значимых ошибок (или пяти речевых ошибок, или лексических, или грамматических ошибок, приведших к недопониманию или непониманию) и более шести коммуникативно незначимых ошибок.

Типовое задание на перевод 1

Read and translate the text:

Changeability

Why Some Companies are Ready for Change - and Others Aren't

“Change is inevitable.” said British prime minister Benjamin Disraeli in 1867. “In a progressive country, change is constant.” In his new book Michael Jarrett puts it another way: “Change is inevitable, like death and taxes.” And just as we fear death and taxes many of us fear change. We hope that if we resist for long enough, the need for it will go away and we can carry on as before. But even when companies accept the need for change and set out to achieve it, they often fail. Jarrett, an expert in organisational behaviour at London Business School, believes that 70 per cent of all change-management programmes fail.

Why? Jarrett argues that managers often mistake the nature of change. They see it as something logical that can be solved using step-by-step approaches. They are wrong. “There is no simple recipe for organisational change,” he says. “There is no one single way that will deliver change.” But there are some basic principles that most managers can adopt. First, they need to make certain that the internal organisation is in a position to make changes and that people support them fully. Second, they need to make sure that they understand the environment around them.

In other words, rather than developing change-management strategies, companies should first find out whether they are capable of change at all. Do their internal systems and culture support change? If not, these too must change. “Readiness for change” is far more important than actual planning or implementation, says Jarrell. To all the various words so that have already been coined in order to describe this state of readiness, such as “flexibility” and “adaptability”, Jarrett adds another: “changeability”. He defines this as “the sum of leadership, internal routines and organisational capabilities that make companies ready for change”.

A few years ago, for instance, McDonald's Europe faced declining sales and market share. Denis Hennequin, the new president, redesigned restaurants to make them more appealing and began sourcing food locally. Market share and profits rose. Dell, too, aware that its competitors were beginning to catch up with its original low-price model, embarked on a programme of market research. The information it gathered was analysed with a view to spotting emerging and future customer needs. The most dangerous state for a business, says Jarrett, is the steady state. Companies that resist change - he cites the pharmaceutical industry - run a greater risk of failure.

Критерии оценки перевода текста

Оценка	Критерии оценки
Высокий уровень «5» (отлично)	Полный перевод. Отсутствие смысловых и терминологических искажений. Творческий подход и абсолютная точность передачи содержания и характерных особенностей стиля переводимого текста. Правильная передача содержания и характерных особенностей переводимого текста.
Средний уровень «4» (хорошо)	Полный перевод. Отсутствуют смысловые искажения. Правильная передача содержания текста. Имеют место незначительные неточности. Соблюдается точность передачи содержания. Допускаются некоторые терминологические неточности и незначительные нарушения характерных особенностей переводимого текста.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	Не совсем полный перевод. Отсутствуют смысловые искажения. Допускаются незначительные терминологические искажения. Имеют место неточности в передаче содержания текста. Нарушается в отдельных случаях содержание переводимого текста.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	Неполный перевод. Допускаются грубые терминологические искажения. Нарушается правильность передачи содержания переводимого текста.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен/зачет)

Материалы для промежуточной аттестации (экзамен)

Экзамен предусматривает проверку уровня сформированности универсальной компетенции УК-4 и профессиональных компетенций ПК-4, ПК-10, ПК-11, а именно:

1) знания норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка и знания языковых средств (грамматические, лексические) необходимых для реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке;

2) умений применять нормы и требования, принятые в стране(ах) изучаемого языка, при реализации устной и письменной деловой коммуникации и умений использовать языковые средства для реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке;

- 3) опыта реализации устной и письменной деловой коммуникации с учетом соблюдения норм и требований, принятых в стране(ах) изучаемого языка;
- 4) умения работать с информационно-поисковыми системами Интернет, а также открытыми базами данных, проводя поиск и анализ информации с применением различных методик, а также поиск и перевод материалов на иностранном языке;
- 5) знания специфики материальной и духовной культуры изучаемой страны (региона);
- 6) умений применять современные информационно-коммуникационные технологии для решения исследовательских и практических задач в профессиональной деятельности;
- 7) умений и способностей использовать знание этнографических, этнолингвистических и этнопсихологических особенностей народов Азии и Африки и их влияния на формирование деловой культуры и этикета поведения.

Экзамен включает следующие задания

- 1) чтение и перевод текста в письменной форме (с английского на русский), беседа с экзаменатором по прочитанному тексту;
- 2) составление делового письма на английском языке объемом до 600 знаков, выражающее указанные коммуникативные намерения и предназначенное конкретному адресату (время написания – 15 мин);
- 3) подготовка и порождение устного монологического высказывания по предложенной теме.

Образцы заданий для экзамена

1. Read and translate the marked passage of the text in written form. Retell the rest of the text.
2. Write a letter/email to the person stated in the task.
3. Speak on the topic.

Образец экзаменационного билета

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)
Кафедра английского языка в профессиональной сфере
Дисциплина Иностранный язык в профессиональной коммуникации (ОФО)
Для направления 58.03.01 – Востоковедение и африканистика
Билет № 1

1. Read and translate the marked passage of the text in written form. Retell the rest of the text.
2. Write a letter/email to the person stated in the task.
3. Speak on topic № 1.

Зав. кафедрой английского языка
в профессиональной сфере

З.И. Гурьева

Образец задания на перевод (экзаменационное задание 1)

1. Read and translate the marked passage of the text in written form. Retell the rest of the text.

Chinese shoppers focus more on prices

Chinese consumers are becoming more price-conscious, less brand-loyal and generally harder to please, according to a McKinsey survey that suggests competitive pressures are increasing in the Chinese consumer goods market. The report comes at a time when many multinational companies are counting on strong Chinese domestic demand to make up for global economic weakness.

Last month, retail sales in China grew by 23 per cent year-on-year, and consumer activity remains 'buoyant', despite signs of a slowdown in sales of some items such as cars, says Jing Ulrich of JP Morgan Securities. But consumer-goods companies will have to work harder to satisfy 'increasingly sophisticated' Chinese consumers, the report says. 'This is not an easy market,' says Max Magni of McKinsey in Shanghai, one of the authors. 'China is still a gold mine, but now there are thousands and thousands of miners that have discovered it.'

The conventional wisdom that Chinese consumers are more brand-driven than shoppers in more developed markets remains true. 'But the importance of brands, and brand loyalty specifically, is falling as the choices facing consumers multiply,' the report said. Chinese shoppers are markedly more value conscious than last year, and loyalty to particular brands is declining: the proportion of consumers who said they would continue to buy their existing food and beverage brand has halved.

But the weakening of brand loyalty could be good news for foreign companies, the report says, because shoppers are less nationalistic in choosing a brand: a small majority of those surveyed showed no clear preference for brand origin. And premium brands could also benefit from a willingness to pay more for high-end products. The top 15 per cent of consumers will pay 60 per cent more for high-end consumer electronics and 300 per cent more for some personal care products.

If the trend continues, 'it will lead to the kind of polarised consumption patterns familiar in the West', between 'no-frills' goods and high-end products, the report says. Companies should compete at one or both ends of the market but avoid being stuck in the middle, it advises. Companies needed to differentiate more between regions too, the report says, noting that the traditional marketing strategy of classifying consumers by the size of the city they live in may no longer work.

Образец задания на составление делового письма (экзаменационное задание 2)

You work for Va-Va-Voom Toys, a toy manufacturer. You receive this note from your boss asking you to order some LED bulbs. Write an email (120-140 words) to Mary Ong.

10 March

Please email Mary Ong and South China lights (ong_mary@sochli6.com)

- Need 5,000 A-988 bulbs in our warehouse by 27 March (so please air freight – we'll pay as usual)
- Last order was late; won't order again if this delivery is late
- Will order 5,000 at 10% discount
- Will they give us 15% discount for double order (10,000)?
- Additional 5,000 bulbs can be sent by sea freight, their cost, as usual
- Ask for an answer tomorrow, if possible; we may try another supplier

Темы для порождения монологических высказываний (экзаменационное задание 3)

1. My background and career
2. My company
3. My job
4. Travelling

5. Telephone skills
6. Socializing: introductions and networking
7. The basic rules of business correspondence
8. Taking part in business meetings
9. Cross cultural communication
10. Presentations
11. Negotiations
12. Advertising and branding
13. Corporate ethics
14. Qualities of leadership.

5.1.1 Учебная 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. Грищенко, Н. А. Иностранный язык. Английский. (Деловая сфера коммуникации) : учебное пособие / Н. А. Грищенко, Е. О. Ершова, М. А. Старшева. — Красноярск : СФУ, 2019. — 172 с. — ISBN 978-5-7638-4206-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/157699>.

3. Петрушова, Е. В. Иностранный язык как средство межкультурной коммуникации : практикум / Е. В. Петрушова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет, Факультет романо-германской филологии. - Краснодар : Кубанский государственный университет, 2020. - 164 с. : ил. - ISBN 978-5-8209-1818-6 : 26 p.

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

5.2. Периодическая литература

1. Social Sciences. США-Россия, Миннеаполис-Москва: <https://dlib.eastview.com/>
2. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
3. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>

7. Springer Journals <https://link.springer.com/>
8. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
9. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Кибер Ленинка (<http://cyberleninka.ru/>);
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
3. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
4. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
6. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
7. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа

Цель – закрепление умений и навыков, сформированных на аудиторных практических занятиях, совершенствование в основных видах речевой деятельности, таких как чтение и понимание (Reading and Comprehension), письмо (Writing) с последующим выходом в устную речь (Speaking). Одной из важных составляющих такого вида работы является пополнение словарного запаса (активной и пассивной лексики), закрепление грамматического материала в процессе чтения литературы по специальности.

Работа над текстом – один из важнейших компонентов познавательной деятельности, который направлен на извлечение информации из письменного источника. Для того, чтобы текст стал реальной и продуктивной основой обучения всем видам речевой деятельности, необходимо проделать ряд операций с составляющими его языковыми единицами, научиться трансформировать их и конструировать свои предложения для решения определенных коммуникативных задач (пересказа, составления выступления по теме, диалога, письменного сообщения и т.д.). Рекомендуется следующий порядок действий:

1. Просмотрите текст и постарайтесь понять, о чем идет речь.
2. При повторном чтении разделите сложносочиненные или сложноподчиненные предложения на самостоятельные и придаточные, выделите причастные обороты или другие конструкции.
3. Найдите подлежащее и сказуемое, и поняв их значение, переведите последовательно второстепенные члены предложения.
4. Если предложение длинное, определите слова и группы, которые можно временно опустить для выяснения основного содержания предложения. Не ищите в словаре сразу все незнакомые слова, попробуйте догадаться об их значении по контексту.
5. Внимательно присмотритесь к словам, имеющим знакомые вам корни, суффиксы, приставки. При этом обратите внимание на то, какой частью речи являются такие слова.

6. Слова, оставшиеся непонятными, ищите в словаре.

Работа со словарем.

1. Повторите английский алфавит. Это поможет находить слова не только по первой букве, но и по всем остальным.

2. Запомните обозначения частей речи:

n – noun - имя существительное

v – verb - глагол

adj. – adjective – имя прилагательное и т.д.

3. Из нескольких значений слова в словарной статье постарайтесь подобрать близкое по смыслу, связав с общим смыслом предложения.

4. Помимо словарей общеупотребительной лексики пользуйтесь терминологическими словарями по своей специальности.

Несмотря на помощь словаря, вам будут встречаться непонятные слова и выражения. Не теряйте зря времени, если очень долго не можете разобраться сами. Обратитесь за консультацией к преподавателю.

Работа над лексикой.

Запоминание лексики обычно бывает основной трудностью при изучении иностранного языка. Без знания слов не может быть знания языка. Нужно проделать большую и сознательную работу, прежде чем будет усвоен необходимый словарный минимум профессиональных терминов.

Встречая новое слово, всегда анализируйте его, обращая внимание на написание, произношение и значение. Часто можно найти сходство с аналогичным или сходным русским словом, например, *passenger* – пассажир и др. Важно также научиться подмечать родство новых слов с уже известными. Однако, есть слова, не поддающиеся никакому анализу. Их надо постараться запомнить, но механическое повторение не всегда эффективно. Попробуйте следующий порядок работы:

- произнесите новое слово сначала изолированно;

- произнесите словосочетание из текста с новым словом (уделите особое внимание предлогам);

- подберите к новому слову синонимы или антонимы (если это возможно);

- выполните письменно лексические упражнения после текста.

Работа над грамматикой.

Формирование речевого грамматического навыка предполагает воспроизведение различных грамматических явлений в ситуациях, типичных для профессиональной коммуникации и адекватное грамматическое оформление высказываний. Работая над этим, вам следует:

- прочтите развернутый теоретический материал по изучаемой теме в учебнике по грамматике английского языка;

- изучите справочную таблицу в приложении к данному пособию;

- найдите в тексте урока изучаемую грамматическую структуру;

- обозначьте имеющиеся грамматические ориентиры;

- сделайте письменно упражнения;

- варьируйте содержание предложений в имеющихся моделях, заменяя слова в зависимости от меняющейся ситуации;

- сопоставьте / противопоставьте изучаемую структуру ранее изученным;

Переход от навыков к умениям обеспечивается посредством активации новых грамматических структур в составе диалогических и монологических высказываний по определенной теме. Включайте освоенный материал в беседы и высказывания по пройденным темам.

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

Контроль самостоятельной работы осуществляется фронтально или индивидуально на занятии и в ходе консультации.

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.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Ауд. 344	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ. Лаборатория 114 Н	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 253)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная	

	техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
--	---	--