

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  
Т.А. Хагуров  
подпись  
«06» мая 2023 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ДВ.02.01 ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

Направление подготовки/специальность 45.03.01 Филология

Направленность (профиль) Зарубежная филология

Форма обучения: Очная

Квалификация: Бакалавр

Краснодар 2023

Рабочая программа дисциплины «Б1.В.ДВ.02.01 ДЕЛОВОЙ ИНОТСРАННЫЙ ЯЗЫК» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности 45.03.01 Филология (Зарубежная филология)

Программу составил(и):

Грушевская Т.М., профессор кафедры французской филологии



ПОДПИСЬ

В.И. Лоза, ст. преподаватель кафедры английского языка



ПОДПИСЬ

Л.Н. Мирошниченко, доцент кафедры новогреческой филологии



ПОДПИСЬ

Т.Г. Зубова, к.ф.н., доцент кафедры немецкой филологии



ПОДПИСЬ

Рабочая программа дисциплины «Б1.В.ДВ.02.01 ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» утверждена на заседании кафедры английской филологии протокол № 11 «24» мая 2023 г., заседании кафедры немецкой филологии протокол № 12 «24» мая 2023 г., заседании кафедры французской филологии протокол № 9 «22» мая 2023 г., заседании кафедры новогреческой филологии протокол № 10 «23» мая 2023 г.

Заведующий кафедрой английской филологии Зиньковская А.В.



ПОДПИСЬ

И.о. заведующий кафедрой немецкой филологии Олейник М.А.



ПОДПИСЬ

Заведующий кафедрой франц. филологии Грушевская Т.М.



ПОДПИСЬ

Заведующий кафедрой новогреч. филологии Редько Г.В.



ПОДПИСЬ

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета романо-германской филологии протокол № 6 «24» мая 2022 г.

Председатель УМК факультета РГФ Бодоньи М.А.



ПОДПИСЬ

Рецензенты:

Грушевская Е.С., д.ф.н., проф., профессор кафедры № 5 иностранных языков ФГКОУ ВО КВВУ

Зиньковская А.В., д.ф.н., профессор кафедры английской филологии ФГБОУ ВО КубГУ

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

### 1.1 Цель освоения дисциплины

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

### 1.2 Задачи дисциплины

- 1) научить студентов владению устной и письменной 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 студентов делать грамотный в литературном отношении перевод на родной язык иностранного делового текста.
- 5) научить написать деловое письмо, электронное письмо, сообщение на заданные темы в деловой сфере;

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

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

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

### 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	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен использовать правила делового общения, речевого этикета для поддержания и развития деловых и межличностных отношений	
ПК-3.1 Использует правила делового общения, речевого этикета	Знает основные значения лексических единиц (слов и словосочетаний) деловой лексики в рамках изученной тематики -основные способы словообразования; -значения реплик-клише речевого этикета, характерных для бизнес коммуникации (проведение переговоров, презентаций и пр.) Умеет вести диалог на заданную тему; -составлять монологические высказывания на темы, включенные в содержание курса; - воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных профессионально-ориентированных текстов
	Владет базовыми терминами из сферы деловой коммуникации; -устной речью в пределах профессиональной тематики; -навыками литературного перевода делового текста на родной язык
ПК-3.2 Применяет правила делового общения, речевого этикета для поддержания и развития деловых и межличностных отношений	Знает правила делового общения, речевого этикета для поддержания и развития деловых и межличностных отношений Умеет применять правила делового общения, речевого

Код и наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
	этикета для поддержания и развития деловых и межличностных отношений Владеет навыками проведения деловых переговоров, написания деловых писем, проведения деловых встреч с учетом требований к речевому этикету
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
УК-4.1 Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка	Знает основные нормы и требования, предъявляемые к деловой коммуникации в стране изучаемого языка Умеет применять в устной и письменной деловой коммуникации требования, применяемые к деловому стилю общения в стране изучаемого языка Владеет базовыми формулами делового этикета, принятыми в стране изучаемого языка
УК-4.2 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами	Знает национальные особенности коммуникативно приемлемого стиля и средств взаимодействия в общении с деловыми партнерами Умеет применять коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами Владеет коммуникативно приемлемым стилем и средствами взаимодействия в общении с деловыми партнерами
УК-4.3 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	Знает нормы и принципы деловой переписки и их использования в диалоге для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах Умеет применять нормы и принципы деловой переписки и успешного диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах Владеет нормами и принципами деловой переписки и использования диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах

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 2 зачетных единицы ( 72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения
		очная
		7 семестр (часы)
<b>Контактная работа, в том числе:</b>		
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>		
занятия лекционного типа		
лабораторные занятия	44	44
практические занятия		
семинарские занятия		
<b>Иная контактная работа:</b>		
Контроль самостоятельной работы (КСР)		

Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>	27,8	27,8
Подготовка реферата		
Подготовка презентации		
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)		
Подготовка к текущему контролю		
<b>Контроль:</b>		
Подготовка к экзамену		-
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>час.</b>	<b>72</b>
	<b>в том числе контактная работа</b>	<b>44</b>
	<b>зач. ед</b>	<b>2</b>

## 2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (4 курс) (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Формы делового общения	8			6	2
2	Виды деловых писем	8			6	2
3	Требования к оформлению деловых писем (с учетом национальных особенностей).	8			4	4
4	Предприятие	8			4	4
5	Реклама	10			6	4
6	Культура	10			6	4
7	Деловая этика	10			6	4
8	Трудоустройство	9,8			6	3,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	71,8			44	27,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)					0,2
	Подготовка к промежуточному контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине					72

## 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)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
	Формы делового общения	Внутреннее и внешнее профессиональное общение. Неформальное и формальное деловое общение. Деловая переписка, деловое общение по телефону, деловая встреча, презентация	Тест, опрос

1.	Виды деловых писем	Запрос информации, предложение, рекламация. Содержательные компоненты делового письма. Структура делового письма.	Тест, опрос, практическое задание
2.	Презентация	Структура монологического высказывание. Формирование введения, проблематики, аргументация, заключение. Средства логической связи. Эмоциональность речи и инструменты ее демонстрации в изучаемом языке. Логичность оформления речи.	Тест, опрос, практическое задание
3.	Предприятие	Структура предприятия, функции различных подразделений, оценка успешности предприятия, интервью	Тест, опрос, доклад (презентация)
4.	Реклама	Представление продукта/ услуги на внутреннем и внешнем рынках. Основные функции рекламы, различные виды рекламы. Формирование предложения, разъяснение / уточнение информации.	Тест, опрос, доклад (презентация)
5.	Культура	Бизнес культура разных стран. Глобализация и бизнес культура. Поведение при встречах, приемах, переговорах и в неофициальной обстановке	Тест, опрос, доклад (презентация)
6.	Деловая этика	Норма делового / формального общения в стране изучаемого языка. Требования к деловой этике и социокультурные особенности.	Тест, опрос, практическое задание
7.	Трудоустройство	Представление при приеме на работу. Ведение диалога с потенциальным работодателем. Описание предыдущего опыта работы. Описание деловых навыков и умений.	Тест, опрос, практическое задание

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

### 2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

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	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка и подготовка к текущему контролю	<p><i>Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Деловой иностранный язык», утвержденные кафедрой французской филологии, протокол № 10 от 13.05.2021 г.</i></p> <p><i>Английский язык</i>  <i>Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Деловой иностранный язык», утвержденные кафедрой английской филологии, протокол № 10 от 27.04.2021 г.</i></p> <p><i>Немецкий язык</i>  <i>Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Деловой иностранный язык», утвержденные кафедрой немецкой филологии, протокол № 10 от 13.05.2021 г.</i></p> <p><i>Новогреческий язык</i>  <i>Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Деловой иностранный язык», утвержденные кафедрой новогреческой филологии, протокол № 7 от 17.02.2021 г.</i></p>

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

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

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

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 иностранный 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

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Деловой иностранный язык». 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.

##### Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ПК-3.1 Использует правила делового общения, речевого этикета	Знает основные правила делового общения	Устный опрос	Французский язык Вопросы на зачете 1-2  Английский язык Вопросы на зачете 1-2  Немецкий язык Вопросы на зачете 1-2  Новогреческий язык Вопросы на зачете 1-2
2	ПК-3.2 Применяет правила делового общения, речевого этикета для поддержания и развития деловых и межличностных отношений	Знает основные требования к деловому этикету страны изучаемого языка	Устный опрос	Французский язык Вопросы на зачете 3-4  Английский язык Вопросы на зачете 3-4  Немецкий язык Вопросы на зачете 3-4  Новогреческий язык Вопросы на зачете 3-4
3	УК-4.1 Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах)	Владеет базовыми формулами делового этикета, принятыми в стране изучаемого языка	Практическое задание	Французский язык Вопрос на зачете 5  Английский язык Вопрос на зачете 5



	изучаемого языка			Немецкий язык Вопрос на зачете 5  Новогреческий язык Вопросы на зачете 5
4	УК-4.2 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами	Умеет применять коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами	Доклад (презентация)	Французский язык Вопрос на зачете 6  Английский язык Вопрос на зачете 6  Немецкий язык Вопрос на зачете 6  Новогреческий язык Вопросы на зачете 6
5	УК-4.3 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	Умеет применять нормы деловой переписки и успешного диалога в ходе сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	Практическое задание	Французский язык Вопросы на зачете 7  Английский язык Вопрос на зачете 7  Немецкий язык Вопрос на зачете 7  Новогреческий язык Вопрос на зачете 7
6	УК-4.4 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	Владет нормами и принципами деловой переписки и использования диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	Практическое задание	Французский язык Вопрос на зачете 8  Английский язык Вопрос на зачете 8  Немецкий язык Вопрос на зачете 8  Новогреческий язык Вопрос на зачете 8

**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**

### **Французский язык**

#### **Список вопросов для устного опроса по французскому языку**

1. Quelle profession voulez-vous choisir et pourquoi?
2. Quels types d'entreprises connaissez-vous?

3. Quelle entreprise voudriez-vous créer à l'avenir?
4. Quelles grandes entreprises russes connaissez-vous?
5. Quelles grandes entreprises française connaissez-vous?
6. Quels sont les composants hiérarchiques de l'entreprise?
7. Connaissez-vous les règles pour réussir un entretien d'embauche?
8. Y-a-t-il des entreprises dans votre villes? Lequelles?
9. Etes-vous pour ou contre la fondation des entreprises au sein de la ville? Pourquoi?
10. Comment voyez-vous votre journée de travail à l'avenir?

#### **Список вопросов для устного опроса по английскому языку**

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 is perks? What perks appeal to you the most?
5. Business etiquette.
6. Unethical behaviour at work.
7. Interview as a method for identifying candidates.
8. Fifteen questions to answer during the interview

#### **Список вопросов для устного опроса по немецкому языку**

1. Was bedeutet der Ausdruck „Stammkunde“?
2. Welche Faktoren sind wichtig für den Erfolg eines Supermarktes?
3. Welcher Standort wäre günstig für eine Grundschule?
4. Welcher Standort wäre günstig für eine Hochschule?
5. Welche Faktoren würden Sie berücksichtigen bei der Wahl des Standortes für ein produzierendes Gewerbe?

#### **Список вопросов для устного опроса по новогреческому языку**

1. Ορισμός, σημασία και διάκριση της εμπορικής αλληλογραφίας. Η εμφάνιση της εμπορικής επιστολής.
2. Εμπορικά έγγραφα. Η σύνταξη της εμπορικής επιστολής.
3. Οι αρετές της εμπορικής επιστολής.
4. Εγκύκλιες επιστολές.
5. Η ταξινόμηση και η ταξιθέτηση της εμπορικής αλληλογραφίας.
6. Επιστολές ίδρυσης επιχειρήσεων
7. Επιστολές προσφοράς υπηρεσιών
8. Επιστολές προσφοράς εμπορευμάτων
9. Επιστολές αγοραπωλησίας εμπορευμάτων
10. Επιστολές παραλαβής εμπορευμάτων

#### **Критерии оценки устного опроса**

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

#### **Критерии оценивания:**

- 1) полнота и правильность ответа;

2) степень осознанности, понимания изученного;

3) языковое оформление ответа.

Оценка «отлично» ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «хорошо» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

### **Образец 1 практического задания по французскому языку**

Прочитайте текст и ответьте на вопросы

#### **MARKETING**

Le marketing — c'est le management de l'échange mutuel et des relations réciproques, c'est le domaine scientifique principal des sociétés plus développées et le domaine de l'intérêt croissant envers les sociétés et les organisations improfitables au monde entier. Toutes les organisations rencontrent un jour le problème de la croissance des prix (du volume) du marché planifié qui subit des exigences toujours croissantes.

Les organisations doivent toujours penser à déterminer la production, les services, les prix, les liens et le partage de manière pour réaliser les besoins des acheteurs. C'est la tâche du marketing. Bien que la vente soit l'affaire très ancienne, le marketing est un phénomène relativement nouveau. Il représente l'organisation au très haut niveau de beaucoup de fonctions — la vente, les publicités, l'étude du marché, le développement des nouvelles productions, le service des clients — ce qui influence aux exigences et aux besoins des acheteurs.

Plusieurs organisations n'ont pas au commencement adapté le marketing, car il doit être porté au niveau scientifique avant d'être adapté dans l'entreprise. Mais le rendement est si grand qu'à l'époque actuelle aucune grande, moyenne et même petite entreprise ne peut se passer sans marketing.

2. Ответьте на вопросы по тексту: "Organix, choix stratégiques":

1. Comment est née l'entreprise "Organix"?
2. Qu'est-ce qu'on fabrique?
3. Quels sont les deux marchés principaux de l'entreprise?
4. Quelle est la part de l'exportation des produits de l'entreprise?
5. Où a-t-on implanté la filiale et pourquoi?
6. Comment s'opère la répartition entre les deux sites?
7. Comment est le positionnement de l'entreprise au marché?
8. Qu'est-ce qu'il faut faire pour maintenir la position de leader?
9. De quoi s'agit-il quand on parle de la créativité?
10. Pourquoi doit-on poursuivre la croissance sur les deux marchés?

## Образец 2 практического задания по французскому языку

Составить письмо «Запрос информации для организации визита для сотрудников предприятия по рекламному тексту»

Découvrir les ardennes

Quand on parle des Ardennes, on pense bien évidemment à Rimbaud, le poète aux semelles de vent, aux marionnettes et leur festival mondial à Charleville-Mézières, à la Meuse qui traverse le massif ardennais et la magnifique voie verte qui la longe, mais aussi à ses merveilleux points de vue qui la surplombent. De plus, ici on mange bien et on sait s'amuser...

Découvrez les incontournables des Ardennes !

## Образец 1 практического задания по английскому языку

Прочитайте текст и ответьте на вопросы

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?

## **Образец 2 практического задания по английскому языку**

Используйте данную информацию для написания письма «запроса».

### **REQUESTS FOR BUSINESS FAVORS**

In your lead, tell the person why you are writing to them (as opposed to others in similar positions) – in other words, why did you select that person out of all the others in his field? If you admire him or his work, or he is well respected or his organization is well respected, say so. Flattery doesn't get you everywhere, but it's a good start.

Then go right into what you are up to and why you need his help in it. In a few concise sentences, make clear your venture or project, and what you hope he can help you with.

Never ask for general help; such requests overwhelm the reader, and he may fear there will be no escaping you. Instead, ask for a favor that is limited, small, and specific.

Another good idea is to thank him for the time he spent reading your letter, even if he chooses not to help you. The kind, sincere thanks shows you recognize how busy he is, but also may make him feel guilty enough to spend a few minutes on your request.

There may not always be a benefit to the reader you can claim he will receive if he helps you, but usually there is. Think about what that might be and remind him of it in your letter.

If this is not your first request, never criticize the reader for not responding to your earlier letter. He is busy, and while it would have been polite for him to respond, he is under no obligation to do so.

### Образец 1 практического задания по немецкому языку

Lesen Sie den Text und entscheiden Sie, ob die Sätze richtig oder falsch sind. Kreuzen Sie an oder machen Sie einen Kreis.

**ARBEITSKLIMA WICHTIGER ALS GELD** Trotz der momentan schwierigen Lage auf dem Arbeitsmarkt sehen die meisten Manager von morgen ihrer beruflichen Zukunft vertrauensvoll entgegen. Nur 13 Prozent haben Angst um ihren Arbeitsplatz. Am wichtigsten ist für die TopNachwachskräfte die Balance zwischen Arbeit und Familie und ein gutes Arbeitsklima. Ebenso stehen die Möglichkeiten, unabhängig arbeiten zu können und klare Karrierechancen weit oben auf der Prioritätenskala. Ein hohes Gehalt hingegen ist für die meisten von geringer Bedeutung. Überstunden sind leider die Regel. Die Arbeitsbelastung der Manager von morgen ist hoch: etwa 40 Prozent arbeiten 46 bis 55 Stunden pro Woche. Knapp sieben Prozent der Befragten kommen sogar auf mehr als 75 Stunden. Obwohl sich bei der Mehrheit durchschnittlich bis zu 10 Überstunden pro Woche ansammeln, fühlt sich der Großteil der Nachwuchsmanager genau richtig damit. Bei der Bewertung des Images eines Unternehmens achten die Manager von morgen besonders häufig auf Faktoren wie: Gewinne des Unternehmens (49 Prozent), Solidität und Internationalität (je 47 Prozent) und auf eine anerkannte Produktpalette (45,4 Prozent). Auf die Frage, wie der optimale Arbeitsplatz aussehen sollte, antworten fast 60 Prozent, dass an diesem „viele Pflanzen“ stehen sollten. 50 Prozent nannten eine technisch perfekte Ausstattung und 42 Prozent ein modernes Bürogebäude als Kriterium. Großraumbüros sind nicht gefragt, die Mehrheit wünscht sich ein Einzelbüro.

- |   |   |   |     |
|---|---|---|-----|
| 1. Die Mehrheit der Manager hat keine Angst um Ihre Arbeitsplätze.  | R | F |     |
| 2. Die jungen Manager möchten sich vor allem an ihrem Arbeitsplatz wohl fühlen.   | R | F |     |
| 3. Viele möchten in der Arbeit frei entscheiden können.   | R | F |     |
| 4. Die meisten möchten sehr viel verdienen können.  |   |   | R F |
| 5. An jedem Arbeitsplatz muss man Überstunden machen.   | R | F |     |
| 6. Auf die Frage, wie der optimale Arbeitsplatz aussehen sollte, antwortet über die Hälfte, dass an diesem „viele Pflanzen“ stehen sollten. | R | F |     |
| 7. Für wie wenigsten sind die Gewinne des Unternehmens von Bedeutung.   |   |   | R F |
| 8. Ein modernes Büro ist für die Manager nicht wichtig  | R | F |     |
| 9. Die Lage auf dem Arbeitsmarkt ist sehr gut   |   |   | R F |
| 10. Großraumbüros sind gefragt  | R | F |     |

### Образец 2 практического задания по немецкому языку

Составить письмо-рекламацию, используя следующие данные:

1. Datum der Reklamation	02.03.2021
2. Gegenstand der Reklamation:	Digitalkamera
3. Kaufdatum und Kaufort:	01.03.2021, Medien&Markt, München, Leopoldstrasse 54
4. Defekt:	Akku defekt, lädt nicht auf
5. versuchte Maßnahmen:	Stundenlanges Laden
6. gewünschte Maßnahmen:	Neues Gerät oder Reparatur
7. Fristen:	Bestätigung des Eingangs der Reklamation bis 06.03.2021
8. Kontaktmöglichkeit:	Telefonisch abends ab 18 Uhr unter Telefonnummer, tagsüber unter Mobil-Nummer

**Образец 1 практического задания по новогреческому языку**

Объявление о конкурсе для участия в Кипрской образовательной программе.  
Составьте ответ-заявку, подтвердив участие в конкурсе и ответьте на вопросы

Θέμα: Προσφορά Διαδικτυακού Προγράμματος Επιμόρφωσης Ομογενών Εκπαιδευτικών που διδάσκουν την ελληνική ως δεύτερη/ξένη γλώσσα (Απρίλιος – Ιούνιος 2021)

Το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο θα προσφέρει Πρόγραμμα Επιμόρφωσης Ομογενών Εκπαιδευτικών που διδάσκουν την ελληνική ως δεύτερη/ξένη γλώσσα. Το Πρόγραμμα επικεντρώνεται σε σύγχρονες προσεγγίσεις διδασκαλίας της ελληνικής ως δεύτερης/ξένης γλώσσας και καλύπτει, επίσης, πτυχές της Ελληνικής Γλώσσας και της Ελληνικής Ιστορίας και Πολιτισμού. Κατά το τρέχον σχολικό έτος το Πρόγραμμα θα προσφέρεται διαδικτυακά την περίοδο Απριλίου - Ιουνίου 2021 μέσω του Διαδικτυακού Περιβάλλοντος Μάθησης του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου που αναπτύσσεται σε περιβάλλον Moodle. Οι διαδικτυακές συναντήσεις θα πραγματοποιούνται Δευτέρα και Παρασκευή μεταξύ των ωρών 17.00-19.00 (τοπική ώρα Κύπρου). Πληροφορίες για το περιεχόμενο και τη μορφή του Προγράμματος βρίσκονται αναρτημένες στον ιστοχώρο του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου ([www.pi.ac.cy](http://www.pi.ac.cy)), καθώς και στο συνημμένο ενημερωτικό κείμενο. Αιτήσεις και τα απαραίτητα δικαιολογητικά θα υποβάλλονται ηλεκτρονικά σε μορφή pdf από τις 16 Νοεμβρίου μέχρι και τις 16 Δεκεμβρίου 2020 στην ηλεκτρονική διεύθυνση [omogenis@cyearn.pi.ac.cy](mailto:omogenis@cyearn.pi.ac.cy) Το έντυπο της αίτησης επισυνάπτεται. Για τυχόν απορίες ή διευκρινήσεις οι ενδιαφερόμενοι και οι ενδιαφερόμενες μπορούν να επικοινωνούν μέσω της πιο πάνω ηλεκτρονικής διεύθυνσης.

Αίτηση συμμετοχής στο Πρόγραμμα μπορούν να υποβάλουν άτομα, τα οποία:

διαμένουν μόνιμα σε χώρες, όπου υπάρχουν κοιτίδες του Ελληνισμού, διαθέτουν Πτυχίο Ανώτερου ή Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος που τους επιτρέπει τη διδασκαλία, κατέχουν την ελληνική γλώσσα σε επίπεδο γλωσσομάθειας τουλάχιστον B2 και προσκομίζουν βεβαίωση ότι διδάσκουν την ελληνική στη χώρα τους.

**ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ**

Η επιλογή των υποψηφίων θα γίνει σε δύο φάσεις.

Το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο θα αξιολογήσει σε πρώτη φάση τις αιτήσεις και θα επιλέξει δώδεκα (12) Ομογενείς

Εκπαιδευτικούς που πληρούν όλα τα πιο πάνω κριτήρια. Αφού εξεταστεί ο φάκελος και εφόσον ο υποψήφιος ή η υποψήφια πληροί τα κριτήρια θα καλείται σε συνέντευξη μέσω τηλεδιάσκεψης Skype (2η φάση Αξιολόγησης).

Ο Κατάλογος των Ομογενών Εκπαιδευτικών που θα επιλεγούν θα αναρτηθεί με σχετική ανακοίνωση στον ιστοχώρο του Προγράμματος ([www.pi.ac.cy](http://www.pi.ac.cy)) και θα σταλεί ηλεκτρονική ειδοποίηση σε όσους/όσες επιλέγηκαν.

Οι Ομογενείς Εκπαιδευτικοί θα πρέπει να απαντήσουν κατά πόσο αποδέχονται τη θέση εντός πέντε εργάσιμων (5) ημερών, από την ημέρα ανάρτησης της ανακοίνωσης. Δεν θα αποσταλούν προσωπικές επιστολές σε όσους και όσες δεν έχουν επιλεγεί.

Για τυχόν απορίες, διευκρινίσεις και επιβεβαίωση παραλαβής των αιτήσεων, μπορείτε να επικοινωνείτε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στη διεύθυνση [omogenis@cyearn...](mailto:omogenis@cyearn...)

Το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο κατά τη διάρκεια της διαδικασίας αξιολόγησης των αιτήσεων μπορεί να ζητήσει διασαφήνιση στοιχείων ή/και διευκρινίσεων για τα στοιχεία της αίτησης και τα δικαιολογητικά

Α. Ικανοποίηση των προϋποθέσεων υποβολής αίτησης:

- Μόνιμη διαμονή σε χώρες, όπου υπάρχουν κοιτίδες του Ελληνισμού
- Κατοχή πτυχίου Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος
- Βαθμός κατοχής της ελληνικής γλώσσας σε επίπεδο γλωσσομάθειας τουλάχιστον B2
- Διδακτική πείρα στη διδασκαλία της ελληνικής γλώσσας.

Β. Πειστική αιτιολόγηση της Αίτησης, η οποία θα αξιολογηθεί ως προς τη σαφήνεια και την ικανότητα παραγωγής γραπτού λόγου στην ελληνική γλώσσα.

Γ. Συνέντευξη μέσω Skype. Η συνέντευξη θα περιλαμβάνει δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος θα υποβληθούν ερωτήσεις που σχετίζονται με την ελληνική γλώσσα και τη διδακτική της και στο δεύτερο μέρος θα δοθεί ένα κείμενο για εξακρίβωση της ικανότητας κατανόησης και παραγωγής προφορικού και γραπτού λόγου στην ελληνική γλώσσα.

Δ. Ως επιπρόσθετα προσόντα θα θεωρηθούν: Πτυχίο ή μεταπτυχιακός τίτλος στα παιδαγωγικά και σε θέματα συναφή με την εκπαίδευση, Συμμετοχή σε Σεμινάριο/Συνέδριο για την ελληνική γλώσσα,

Άλλη διδακτική εμπειρία.

1. Πόσες ειδικές εταιρείες πρόσληψης αναφέρονται στο άρθρο;
2. Ποιες είναι οι προϋποθέσεις συμμετοχής στο πρόγραμμα;
3. Πώς μεταφράζεται σωστά Προσφορά Διαδικτυακού Προγράμματος Επιμόρφωσης Ομογενών Εκπαιδευτικών που διδάσκουν την ελληνική ως δεύτερη/ξένη γλώσσα;
4. Ποιά προσόντα θα θεωρηθούν ως επιπρόσθετα;
5. Σε πόσες φάσεις θα γίνει η επιλογή των υποψηφίων;
6. Ποιά είναι τα κριτήρια επιλογής των ομογενών εκπαιδευτικών;
7. Τι είναι η Ικανοποίηση των προϋποθέσεων υποβολής αίτησης;

## **Образец 2 практического задания по новогреческому языку**

Объявление о конкурсе для участия в Кипрской образовательной программе.

Составьте ответ на письмо.

Θέμα: Προσφορά Διαδικτυακού Προγράμματος Επιμόρφωσης Ομογενών Εκπαιδευτικών που διδάσκουν την ελληνική ως δεύτερη/ξένη γλώσσα (Απρίλιος – Ιούνιος 2021)

Το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο θα προσφέρει Πρόγραμμα Επιμόρφωσης Ομογενών Εκπαιδευτικών που διδάσκουν την ελληνική ως δεύτερη/ξένη γλώσσα. Το Πρόγραμμα επικεντρώνεται σε σύγχρονες προσεγγίσεις διδασκαλίας της ελληνικής ως δεύτερης/ξένης γλώσσας και καλύπτει, επίσης, πτυχές της Ελληνικής Γλώσσας και της Ελληνικής Ιστορίας και Πολιτισμού. Κατά το τρέχον σχολικό έτος το Πρόγραμμα θα προσφέρεται διαδικτυακά την περίοδο Απριλίου - Ιουνίου 2021 μέσω του Διαδικτυακού Περιβάλλοντος Μάθησης του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου που αναπτύσσεται σε περιβάλλον Moodle. Οι διαδικτυακές συναντήσεις θα πραγματοποιούνται Δευτέρα και Παρασκευή μεταξύ των ωρών 17.00-19.00 (τοπική ώρα Κύπρου). Πληροφορίες για το περιεχόμενο και τη μορφή του Προγράμματος βρίσκονται αναρτημένες στον ιστοχώρο του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου ([www.pi.ac.cy](http://www.pi.ac.cy)), καθώς και στο συνημμένο ενημερωτικό κείμενο. Αιτήσεις και τα απαραίτητα δικαιολογητικά θα υποβάλλονται ηλεκτρονικά σε μορφή pdf από τις 16 Νοεμβρίου μέχρι και τις 16 Δεκεμβρίου 2020 στην ηλεκτρονική διεύθυνση [omogenis@cyearn.pi.ac.cy](mailto:omogenis@cyearn.pi.ac.cy) Το έντυπο της αίτησης επισυνάπτεται. Για τυχόν απορίες ή διευκρινήσεις οι ενδιαφερόμενοι και οι ενδιαφερόμενες μπορούν να επικοινωνούν μέσω της πιο πάνω ηλεκτρονικής διεύθυνσης.

Критерии оценки практического задания.

Оценка по практическому заданию выставляется пропорционально доле правильных ответов:

90-100% – оценка «отлично»

75-89% – оценка «хорошо»

60-74% – оценка «удовлетворительно»

менее 60% правильных ответов – оценка «неудовлетворительно»



## Образец теста по французскому языку

Выберите правильный ответ на вопрос:

1. Organix a choisi de délocaliser sa production dans l'île pour des raisons
  - a) économiques et géographiques
  - b) économiques, géographiques et culturelles
  - c) économiques, politiques et culturelles
2. Les activités de production s'effectuent
  - a) au siège et à l'île
  - b) au siège uniquement
  - c) à l'île uniquement
3. La commercialisation des produits se fait à partir de
  - a) le siège
  - b) l'île
  - c) le siège et l'île selon le cas
4. La politique commerciale de la société repose sur les éléments suivants
  - a) créativité, quantité, service
  - b) créativité, qualité, service
  - c) créativité, qualité, sérieux
5. Les critères de pénétration du marché asiatique sont
  - a) le nombre de consommateurs et leurs habitudes d'achat
  - b) le nombre de montres vendues et les facilités de distribution
  - c) le nombre de consommateurs et leur pouvoir d'achat

Ключи: 1) b, 2) a, 3) c, 4) b, 5) c

## Образец теста по английскому языку

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

## Образец теста по немецкому языку

Wählen Sie die richtige Variante.

I. Wie heißt die englische Variante auf Deutsch?

- |                             |                       |
|-----------------------------|-----------------------|
| 1. EXW (Ex works)           | a) Frei an Bord       |
| 2. DES (Delivered ex ship)  | b) Geliefert verzollt |
| 3. DDP (Delivery duty paid) | c) Kosten und Fracht  |
| 4. FOB (Free on board)      | d) Geliefert Grenze   |

5. CFR (Cost and freight) e) Geliefert an Schiff

6. DAF (Delivered at frontier) f) Ab Werk

II. In Fernschreiben heißt die Abkürzung i.V.:

a) Industriellenvereinigung

b) Innenverteidiger

c) Integrierte Versorgung

d) Individualverkehr

e) In Vollmacht

III. Wie darf man den Brief nicht anfangen?

a) Bezug nehmend auf Ihre Anfrage ...

b) Mit Bezug auf Ihre Anfrage...

c) Unter Bezugnahme auf Ihre Anfrage ...

d) Bezuggenommen auf Ihre Anfrage ...

e) Wir beziehen uns auf Ihre Anfrage ...

IV. Welcher Satz ist richtig?

a) Die Firma sucht einen neuen Markt, um ihren Absatz zu erhöhen.

b) Die Firma sucht einen neuen Markt, damit ihren Absatz zu erhöhen.

c) Die Firma sucht einen neuen Markt, damit ihren Absatz erhöhen.

d) Die Firma sucht einen neuen Markt, ihren Absatz erhöhen.

e) Die Firma sucht einen neuen Markt, um ihren Absatz erhöhen.

### Образец теста по новогреческому языку

A.

1. Συμπληρώστε τα κενά με τη σωστή λέξη σε κάθε πρόταση:

συναλλάγματος, επιταγή, δολάριο, ιδιωτικά, λογαριασμούς

1. Μερικοί από τους ..... της εταιρείας μας είναι στην Εθνική Τράπεζα.

2. Πώς προτιμάτε να πληρώσετε; Μετρητά ή με .....

3. Το βασικό νόμισμα στις διεθνείς εμπορικές σχέσεις είναι το .....

4. Προτιμώ να αλλάζω συνάλλαγμα στα ..... γραφεία, επειδή με συμφέρει περισσότερο.

5. Την τελευταία εβδομάδα η τιμή του ..... είναι σταθερή.

B.

2. Αντιστοιχίστε, φτιάχνοντας ζευγάρια λέξεων, που να ταιριάζουν νοηματικά:

1. συμφέρουσα γραφείο

2. τραπεζική επιταγή

3. ιδιωτικό ισοτιμία

4. διεθνής κάρτα

5. πιστωτική τιμή

Γ.

Άσκηση Κατανόησης

Σημειώστε τις σωστές προτάσεις με Σ και τις λάθος με Λ:

1. Ο πελάτης θέλει να ανοίξει λογαριασμό σε ευρώ και δολάρια.

2. Ο πελάτης της τράπεζας μεταφέρει τους λογαριασμούς του λόγω μετακόμισης.

3. Η τράπεζα εκδίδει βιβλιάρια επιταγών και πιστωτική κάρτα.

4. Η ισοτιμία του δολαρίου είναι συμφέρουσα.

5. Ο πελάτης θέλει να κρατήσει τη διεθνή τραπεζική επιταγή του.

Критерии оценки теста.

Оценка по тесту выставляется пропорционально доле правильных ответов:

90-100% – оценка «отлично»

75-89% – оценка «хорошо»

60-74% – оценка «удовлетворительно»

moins de 60% правильных ответов – оценка «неудовлетворительно»

## **Образец информативного текста для доклада (презентации) на французском языке**

Задание: на основе данного текста сделайте презентацию предприятия ORGANIX

ORGANIX, CHOIX STRATEGIQUES.

Organix dans sa forme actuelle est né du regroupements de petits commerçants qui avaient des ambitions de se développer à l'exportation et qui ont pris conscience qu'ils ne pouvaient le faire qu'en jonctionnant leurs moyens. C'est une compagnie industrielle de bracelets pour montres donc monoproduit qui a deux grands marchés, un — le marché industriel. L'entreprise travaille avec l'industrie horlogère pour l'équipement des montres neuves et qui représente environ 60% de son activité et son deuxième marché — c'est le marché grand public où il s'agit de distribuer à l'intention des consommateurs les bracelets de renouvellement et qui représente environ 40% de son activité. Le siège de l'entreprise est dans une ville du sud du pays et l'entreprise a une unité sur une des îles de l'océan Pacifique. L'entreprise a 66% de l'exportation de ses produits avec deux grandes zones d'export

— l'Europe et le sud-est asiatique avec des places fortes telles que la Corée et le Japon. Organix c'est une entreprise en Bourse ce qui est une communication beaucoup plus forte, beaucoup plus ouverte et c'est savoir dire effectivement à ses clients quels sont les points forts de la politique commerciale, quels sont les moyens, quelles sont les ambitions de l'entreprise.

L'entreprise a implanté sa filiale dans une île parce qu'il était nécessaire d'incorporer à ses produits une main d'oeuvre à plus faible coût parce que l'entreprise c'est l'industrie de main d'oeuvre et on a choisi l'île pour quelques raisons essentielles: on a recherché un pays avec une stabilité politique et sociale car il s'agit d'un investissement à long terme, on a fait également ce choix parce que la population de l'île est naturellement bilingue, c'est-à-dire qu'elle parle français et anglais et pour que les techniciens puissent faire passer ce qu'on appelle le tour de main, les finesses du métier, il était préférable d'avoir former les gens en français.

Entre les deux sites la répartition s'opère de la façon suivante: le siège travaille en amont et en aval et l'île travaille au centre. C'est-à-dire: en amont on fabrique dans l'entreprise essentielle l'ensemble des productions techniques — finissage des cuirs, outillage, tous les matériels de production, les boucles, toute la part recherche, créativité, matières nouvelles — l'ensemble de ces éléments sont transmis à l'île pour la fabrication proprement dite du bracelet et la totalité de cette production revient dans l'entreprise pour la commercialisation sur les deux marchés de l'industrie horlogère et du grand public, mais il faut souligner un point important — l'organisation entre les deux sites — de l'île et du siège est faite d'une façon très pointue avec une liaison informatique chaque jour pour gérer cet atelier qui est à 10 000 kilomètres, d'une façon aussi fine que s'il était sur le site, au niveau du suivi des encours de la production, des stocks, des commandes qui sont transmises à l'île.

Le positionnement de l'entreprise est un positionnement moyen, haut et très haut de gamme. Ça

veut dire que la politique commerciale de l'entreprise est sous-tendue par trois éléments importants: de créativité, de qualité et de service et effectivement le terme "créativité" est très important, car il s'agit d'avoir la montre et le bracelet-montre comme un accessoire de mode et c'est véritablement le bracelet qui est un des composants les plus importants dans l'habillement de la montre.

Pour maintenir la position de leader, on doit impérativement savoir garder l'avance et garder l'avance ça veut dire être fort en terme de créativité, mais non seulement de créativité au niveau de recherche des formes et des matières, mais en sachant adosser cette créativité à de l'innovation technique, à des mises au point de matières nouvelles de telle sorte à garder toujours

effectivement une force de proposition importante à l'ensemble de la clientèle et cette force de proposition pas seulement au niveau de la montre neuve et de l'équipement de l'industrie horlogère, mais également au niveau du marché du grand public, par exemple avec la mise au point d'un nouveau concept de conditionnement et de présentation du bracelet qui permet au détaillant horloger-bijoutier de présenter au consommateur le bracelet sur la montre sans avoir à la retirer de son étui.

Alors, il s'agit de poursuivre la croissance sur les deux marchés et comme la production annuelle de montres neuves au niveau mondial augmente toujours, on a de belles perspectives. Et quant au marché grand public, c'est de poursuivre premièrement l'implantation au niveau des pays européens et deuxièmement au niveau des pays de l'Asie, les pays à plus forte population et pouvoir d'achat. On a déjà commencé une distribution en Corée et au Japon et en ce qui concerne l'Europe, on vient de racheter un distributeur en Allemagne et les perspectives sont bonnes et on a beaucoup de travail à réaliser.

### **Образец презентации / монолога на английском языке**

Read a sample presentation addressed to a company's sales team. Prepare a short presentation choosing one of the topics below.

Good morning, everyone. Thanks for coming to my presentation. I know you're all very busy, so I'll be as brief as possible. OK, then, I'm going to talk about our new range of rackets, which we're selling under the brand name Excel. I'll tell you about the test launch we carried out in Croatia a few weeks ago.

I'm going to divide my presentation into four parts. First, I'll give you some background to the launch. After that I'll tell you how things went during the launch. Next, I'll assess the effectiveness.

Finally, I'll outline our future plans for the product. I'll be glad to answer any questions at the end of my talk.

Right, let's start with some background about the launch. As you know, it's taken almost two years to develop the Excel range. The rackets are targeted at enthusiastic amateur players, and thanks to some technical innovations, Excel rackets give a player great control over their shots and more power. So, everyone who uses the racket should immediately improve their game. The rackets were thoroughly tested in focus groups, and modifications were made to their design and appearance. OK, everyone? Yes, Manfred, you have a question ...

So, that's the background. Right, let's move on to the test launch. How successful was it? Well, in two words, highly successful. We think the racket will be the winner. If you look at the graph, you'll see the racket's actual sales compared with forecast sales. Quite a difference, isn't there? The sales were 20% higher than we predicted – in other words, a really impressive result. Well above all our expectations. The result shows that we got the pricing right. And it suggests the Excel range will make a big impact nationwide.

To sum up, a very promising test launch. I believe the new range of rackets has tremendous potential in the market. Right, where do we go from here? Obviously we'll move on to stage two and have a multimedia advertising and marketing campaign. In a few months' time, you'll be visiting our customers and taking a lot of orders, I hope, for the new rackets.

Well, that's all I have to say. Thank you for listening. Are there any questions?

The topics to choose:

- A country you have visited on holiday or done business in.
- Your company's main competitors.
- Your job.

## **Образец информативного текста для доклада (презентации) на немецком языке**

Задание: на основе текста подготовьте презентацию об интересных идеях в сфере малого и среднего бизнеса.

### **Kleinunternehmen trotzen Corona mit ordentlich Kreativität**

Die Zwangspause hinnehmen und im Selbstmitleid versinken? Mitnichten. Die kleinen Unternehmen resignieren nicht etwa oder warten auf Hilfe vom Staat - sie ändern ihr Geschäftsmodell. Einfallsreichtum, der guttut.

Muss es gerade jetzt unbedingt ein Eis sein? Haben wir denn keine anderen Sorgen? Haben wir, sicherlich. Jeder einzelne von uns. Ob um Familie, Freunde oder eben den Job. Wahrscheinlich sogar alles zusammen.

### **Es geht um Existenzen**

Doch sich deshalb über das florierende Geschäft der Eisverkäufer zu echauffieren, ist engstirnig. Rainer Winter ist Gründer und Inhaber der Kölner Eismanufaktur Keiserlich. So lange es ging, hat er versucht, den Betrieb aufrechtzuerhalten - mit Abstandsregelungen, zusätzlichen Hygienemaßnahmen und Verhaltensregeln. Floriert hat das sicherlich nicht, aber es hat funktioniert. "Die Kunden haben sich an die Vorgaben gehalten", sagt Winter. "Das war toll."

Trotzdem gab es auch viel Gegenwind in den Sozialen Netzwerken. Geldgier oder Verantwortungslosigkeit lauteten da etwa die Anschuldigungen, weil der Betrieb noch lief. "Die Verantwortung hingegen, die wir gegenüber unseren Angestellten haben, sieht erst mal keiner", sagt er. "Hinter jedem Unternehmen stehen schließlich Menschen."

### **Die meisten Unternehmen in Deutschland sind KMU**

Zahlen des Statistischen Bundesamtes machen klar, wie viele Menschen das wirklich sind. Denn KMU, also kleine und mittlere Unternehmen, machen 99,3 Prozent der Unternehmen in Deutschland aus. Über 60 Prozent aller Beschäftigten sind in diesen Firmen tätig.

Laut einer Umfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) hoffen zwar viele Unternehmen auf schnelle, unbürokratische Unterstützungsmaßnahmen oder finanzielle Überbrückungshilfen - sie nehmen ihre Zukunft aber auch selbst in die Hand.

### **Präsent bleiben**

So hängen an vielen versperrten Ladentüren Aushänge mit besonderen Angeboten oder Gutscheinen, mit denen Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomen versuchen, nicht in der Versenkung zu verschwinden, sichtbar zu bleiben und vor allem: wirtschaftlich zu überleben.

Unter dem Hashtag #gutscheinestattklopapier werben zahlreiche Kleinunternehmer auf Instagram für diese Idee. Auch #supportyourlocals, #buchsolidarität oder #stillopen sollen helfen, im Corona-Chaos nicht unterzugehen - und sicher gibt es noch viele Hashtags mehr.

### **Eine Plattform bieten**

Doch bei all den Angeboten und Corona-Kampagnen den Überblick zu behalten, fällt schwer, sowohl Unternehmen als auch potenziellen Kunden. Das dachte sich auch Vanessa Janneck, Inhaberin eines kleinen Ladens für nachhaltige Designprodukte in Hamburg.

"Ich habe selbst gemerkt, wie schwierig es ist, an Informationen für Selbstständige zur aktuellen Lage heranzukommen", sagt sie. Zusammen mit Boris Arnold und Florian Brendl hat Janneck daraufhin die Website 2gather.jetzt ins Leben gerufen. Eine Onlineplattform von Selbstständigen für Selbstständige, auf der sie sich informieren und Hilfe anbieten können - "für Zusammenhalt in Krisenzeiten". Auf ihrem Instagram-Kanal bietet das Team ein Suche-/Biete-Template, das kleine Unternehmen und Freiberufler\*innen nutzen können.

## **Образец информативного текста условий участия в программе на новогреческом языке**

Переведите, составьте вопросы-уточнения для деловой переписки с организаторами программы.

## ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Αίτηση συμμετοχής στο Πρόγραμμα μπορούν να υποβάλουν άτομα, τα οποία: διαμένουν μόνιμα σε χώρες, όπου υπάρχουν κοιτίδες του Ελληνισμού, διαθέτουν Πτυχίο Ανώτερου ή Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος που τους επιτρέπει τη διδασκαλία, κατέχουν την ελληνική γλώσσα σε επίπεδο γλωσσομάθειας τουλάχιστον B2 και προσκομίζουν βεβαίωση ότι διδάσκουν την ελληνική στη χώρα τους.

Οι αιτήσεις θα πρέπει να συμπληρωθούν και να αποσταλούν υπογεγραμμένες (σε μορφή pdf) με τα συνημμένα δικαιολογητικά που ζητούνται, μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στην ηλεκτρονική διεύθυνση **omogenis@cyearn...**

Αιτήσεις που δεν είναι πλήρως συμπληρωμένες και δε συνοδεύονται από τα απαραίτητα δικαιολογητικά δεν θα γίνουν δεκτές.

### ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

Η επιλογή των υποψηφίων θα γίνει σε δύο φάσεις.

Το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο θα αξιολογήσει σε πρώτη φάση τις αιτήσεις και θα επιλέξει δώδεκα (12) Ομογενείς Εκπαιδευτικούς που πληρούν όλα τα πιο πάνω κριτήρια. Αφού εξεταστεί ο φάκελος και εφόσον ο υποψήφιος ή η υποψήφια πληροί τα κριτήρια θα καλείται σε συνέντευξη μέσω τηλεδιάσκεψης Skype (2η φάση Αξιολόγησης).

Ο Κατάλογος των Ομογενών Εκπαιδευτικών που θα επιλεγούν θα αναρτηθεί με σχετική ανακοίνωση στον ιστοχώρο του Προγράμματος ([www.pi.ac.cy](http://www.pi.ac.cy)) και θα σταλεί ηλεκτρονική ειδοποίηση σε όσους/όσες επιλέγηκαν.

Οι Ομογενείς Εκπαιδευτικοί θα πρέπει να απαντήσουν κατά πόσο αποδέχονται τη θέση εντός πέντε εργάσιμων (5) ημερών, από την ημέρα ανάρτησης της ανακοίνωσης. Δεν θα αποσταλούν προσωπικές επιστολές σε όσους και όσες δεν έχουν επιλεγεί.

Για τυχόν απορίες, διευκρινίσεις και επιβεβαίωση παραλαβής των αιτήσεων, μπορείτε να επικοινωνείτε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στη διεύθυνση **omogenis@cyearn...**

Το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο κατά τη διάρκεια της διαδικασίας αξιολόγησης των αιτήσεων μπορεί να ζητήσει διασαφήνιση στοιχείων ή/και διευκρινίσεων για τα στοιχεία της αίτησης και τα δικαιολογητικά. Τα κριτήρια επιλογής είναι:

#### **A. Ικανοποίηση των προϋποθέσεων υποβολής αίτησης:**

- Μόνιμη διαμονή σε χώρες, όπου υπάρχουν κοιτίδες του Ελληνισμού
- Κατοχή πτυχίου Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος
- Βαθμός κατοχής της ελληνικής γλώσσας σε επίπεδο γλωσσομάθειας τουλάχιστον B2
- Διδακτική πείρα στη διδασκαλία της ελληνικής γλώσσας

### Критерии оценки презентации

Баллы	Критерии оценки
0	Задача не решена
1	Задача решена неправильно
2	Задание не понято правильно, в логическом рассуждении есть существенные ошибки; коммуникативная задача решена неполностью
3	Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе стиля речи; коммуникативная задача решена не полностью или в общем виде.
4	Задача решена правильно; в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; выбор стиля речи корректен, но речь организована нерациональным образом или допущено не более пяти несущественных грамматических/лексических ошибок.
5	Коммуникативная задача выполнена, в логическом рассуждении, в выборе языковых формул, стиля общения, организации речи нет ошибок.

**Примерный перечень монологических высказываний к зачету, 7 семестр:**

1. Организация предприятия
2. Отдел кадров
3. Правильное оформление деловых писем
4. Ошибки во время международных встреч
5. Роль рекламы в жизни общества.
6. Культурная идентичность .
7. Основные виды организации бизнеса .
8. Что важно, чтобы получить работу

#### 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.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

## **5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий**

### **5.1. Учебная литература**

Французский язык:

1. Голованова, И. А., Петренко, О. Е. Деловой французский? Это не так трудно! Учеб.по фр. яз. в 2 ч. Ч.1. – М.: Просвещение, 2007. – 208с.
2. Мелихова, Г. С. Французский язык для делового общения: учеб.пособие для вузов / Г. С. Мелихова. – М.: Высшая школа, 2004. – 219с.
3. L'économie de la France: faits et chiffres. – P.: Hachette, 2006.
4. Danébo M., Penfornis J.-L., Lincoln M. Le français de la communication professionnelle. – P.: Clé Internationale, 2005.

Английский язык:

1. Гурьева З.И., Лоза В.И., Петрушова Е.В. Английский язык как средство межкультурной коммуникации в профессиональной сфере – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2016. – 113с.
2. 3. Уваров, В. И. Английский язык для экономистов + cd : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В. И. Уваров. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 356 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01387-0. ; То же [Электронный ресурс]. - <https://biblio-online.ru/book/4FA43FDB-87D8-4E1B-9150-FF87C69CEF09>
3. 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.

Немецкий язык

1. Падалко, О. Н. Деловая корреспонденция (немецкий язык): учебно-практическое пособие / О. Н. Падалко. – Москва : Евразийский открытый институт, 2011. – 198 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93266> (дата обращения: 19.06.2021). – ISBN 978-5-374-00498-4. – Текст : электронный.
2. Оберемченко, Е. Ю. Деловая корреспонденция (на немецком языке): учебное пособие по дисциплине «Устный перевод второго иностранного языка» : [16+] / Е. Ю. Оберемченко ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет, Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 182 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561199> (дата обращения: 02.06.2021). – Библиограф. в кн. – ISBN 978-5-9275-2884-4. – Текст : электронный.

Новогреческий язык:

1. Купчик, Е. В. Основы делового письма : учебное пособие / Е. В. Купчик, О. В. Трофимова. — 5-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 304 с. — ISBN 978-5-9765-0930-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/166562> (дата обращения: 30.06.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.



2. 1.Υποστυρικτικό υλικό και περιλαμβάνει τα βιβλία της Α, Β Λυκείου σε ψηφιακή μορφή:Ψηφιακό Σχολείο [Электронный ресурс] / Υπουργείο Παιδείας, Δια Βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων, Ελληνική Δημοκρατία. - [Ελληνική Δημοκρατία] : [б. и.], 2016-2017. - 1 электрон.опт. диск (DVD-ROM)
3. 2.Γαραντουδής Ευριπίδης. Κείμενα νεοελληνικής λογοτεχνίας [Текст] : Β΄ γυμνασίου / Ευριπίδης Γαραντουδής, Σοφία Χαρζηδημητρίου, Θεοδώρα Μεντή . - Αθήνα : Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών : Διοφαντός, 2015. - 251 σ. : ill. - ISBN 978-960-06-2716-9. Ш12/17Т(греч)/ 1255569-1255587(19) - G18

## 5.2. Периодическая литература

Не предусмотрены.

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

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)

**Профессиональные базы данных:**

1. [Национальная электронная библиотека](http://www.rusneb.ru) (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>)
2. [Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина](https://www.prilib.ru/)<https://www.prilib.ru/>
3. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
4. 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. КиберЛенинка(<http://cyberleninka.ru/>)
2. Федеральный портал "Российское образование"<http://www.edu.ru/>
3. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"<http://window.edu.ru/>
4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов<http://school-collection.edu.ru/>
5. Справочно-информационный портал "Русский язык"<http://gramota.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. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Электронный архив документов КубГУ<http://docspace.kubsu.ru/>

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

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 лекционного типа (ауд. 305)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus - Пакет программного обеспечения для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). АртикулправообладателяO365ProPlusforEDUAllLngMonthlySubscriptions -VolumeLicenseMVL 1LicenseAddOntoOPP (код 5XS-00003). СоглашениеMicrosoft "EnrollmentforEducationSolutions" 72569510. Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. 356)	Мебель: учебная мебель	-

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)	Дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Подписка на 2017-2018 учебный год на программное обеспечение в рамках программы компании Microsoft "EnrollmentforEducationSolutions" для компьютеров и серверов Кубанского государственного университета и его филиалов. Microsoft Office Professional Plus Дог. №73-АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение MicrosoftESS 72569510 от 06.11.2018 (текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты) MicrosoftWindows 8, 10 Дог. №73-АЭФ/223-ФЗ/2018

		<p>Соглашение MicrosoftESS 72569510 от 06.11.2018  Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)  Лингафонный программный комплекс SANAKO Study 1200 программный экзаменационный модуль для лингафонного программного комплекса SANAKO Study 1200  ДОГОВОР № 130-ОАЭФ/2012 (бессрочная лицензия)</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. _____)</p>	<p>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)</p>	<p>Дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Подписка на 2017-2018 учебный год на программное обеспечение в рамках программы компании Microsoft “EnrollmentforEducationSolutions” для компьютеров и серверов Кубанского государственного университета и его филиалов.  Microsoft Office Professional Plus Дог. №73-АЭФ/223-ФЗ/2018  Соглашение MicrosoftESS 72569510 от 06.11.2018 (текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты)  MicrosoftWindows 8, 10 Дог. №73-АЭФ/223-ФЗ/2018  Соглашение MicrosoftESS 72569510 от 06.11.2018  Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)  Лингафонный программный комплекс SANAKO Study 1200 программный экзаменационный модуль для лингафонного программного комплекса SANAKO Study 1200  ДОГОВОР № 130-ОАЭФ/2012 (бессрочная лицензия)</p>