

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: КУЗНЕЦОВ АЛЕКСАНДР ИГОРЕВИЧ
Должность: РЕКТОР
Дата подписания: 29.09.2026 15:53:02
Уникальный программный ключ:
0ec0d544ced914f6d2e031d381fc0ed0880d90a0



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
МПК.02	Деловой иностранный язык

Код направления подготовки	44.04.01
Направление подготовки	Педагогическое образование
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	Теория и практика преподавания иностранных языков в образовательных организациях
Уровень образования	магистр
Форма обучения	заочная

Разработчики:

Должность	Учёная степень, звание	Подпись	ФИО
Доцент			Гаврилова Ирина Александровна

Рабочая программа рассмотрена и одобрена (обновлена) на заседании кафедры (структурного подразделения)

Кафедра	Заведующий кафедрой	Номер протокола	Дата протокола	Подпись
Кафедра английского языка	Афанасьева Ольга Юрьевна	10	11.06.2025	

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Трудоемкость дисциплины (модуля) и видов занятий по дисциплине (модулю)	5
3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	10
5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	11
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	20
7. Перечень образовательных технологий	23
8. Описание материально-технической базы	24

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Дисциплина «Деловой иностранный язык» относится к модулю обязательной части Блока 1 «Дисциплины/модули» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование» (уровень образования магистр). Дисциплина является обязательной к изучению.

1.2 Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 час.

1.3 Изучение дисциплины «Деловой иностранный язык» основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении обучающимися дисциплин образовательной программы бакалавриата или специалитета.

1.4 Дисциплина «Деловой иностранный язык» формирует знания, умения и компетенции, необходимые для освоения следующих дисциплин: «Теория и практика межкультурной коммуникации», «Практикум по культуре речевого общения», «Практикум по межкультурной коммуникации», «Практический курс английского языка», «Социолингвистика».

1.5 Цель изучения дисциплины:

формирование у магистрантов иноязычной профессионально-коммуникативной компетенции, обеспечивающей устное и письменное деловое общение на английском языке, овладение приёмами работы с деловой корреспонденцией и умениями построения делового дискурса для решения профессиональных задач.

1.6 Задачи дисциплины:

- 1) изучение основных правил и закономерностей ведения делового письменного и устного общения, а также различных видов деловой корреспонденции;
- 2) усвоение специальной лексики и базовых грамматических структур языка делового общения;
- 3) развитие деловой иноязычной культуры.

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

№ п/п	Код и наименование компетенции по ФГОС
Код и наименование индикатора достижения компетенции	
1	ОПК-7 способен планировать и организовывать взаимодействия участников образовательных отношений
	ОПК-7.1 Знает принципы, формы и методы организации взаимодействия участников образовательных отношений
	ОПК-7.2 Умеет использовать различные способы организации взаимодействия участников образовательных отношений, планировать взаимодействие участников образовательных отношений на основе принципов сотрудничества.
	ОПК-7.3 Владеет технологиями организации взаимодействия участников образовательных отношений с учетом особенностей образовательной деятельности
2	УК-5 способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
	УК-5.1 Знает национальные, конфессиональные и этнокультурные особенности и национальные традиции; основные принципы и нормы межкультурного взаимодействия
	УК-5.2 Умеет грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом личностных, национально-этнических, конфессиональных и иных особенностей участников коммуникации
	УК-5.3 Владеет способами выбора адекватной коммуникативной стратегии в зависимости от культурного контекста коммуникации и поставленных целей
3	УК-4 способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
	УК-4.1 Знает виды современных процессов коммуникации; современные коммуникативные технологии в организации академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке
	УК-4.2 Умеет создавать на русском и иностранном языках письменные тексты научного и официально-делового стилей речи в сфере профессиональной деятельности
	УК-4.3 Владеет способами представления результатов исследований в виде докладов и статей, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) с использованием современных коммуникативных технологий

№ п/п	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Образовательные результаты по дисциплине
1	ОПК-7.1 Знает принципы, формы и методы организации взаимодействия участников образовательных отношений	3.1 Знает функциональные разновидности делового дискурса (переговоры, совещания, телефонные беседы, деловая переписка) и их структурно-языковые особенности

2	ОПК-7.2 Умеет использовать различные способы организации взаимодействия участников образовательных отношений, планировать взаимодействие участников образовательных отношений на основе принципов сотрудничества.	У.1 Умеет моделировать коммуникативные ситуации делового взаимодействия на иностранном языке (переговоры, совещания, собеседование, телефонный разговор) с использованием адекватных речевых клише
3	ОПК-7.3 Владеет технологиями организации взаимодействия участников образовательных отношений с учетом особенностей образовательной деятельности	В.1 Владеет приёмами составления деловой корреспонденции разных жанров (запрос, коммерческое предложение, рекламация, отказ) и ведения устных деловых жанров
1	УК-5.1 Знает национальные, конфессиональные и этнокультурные особенности и национальные традиции; основные принципы и нормы межкультурного взаимодействия	З.3 Знает национально-специфические нормы делового этикета англоязычных стран и основные модели межкультурного взаимодействия в профессиональной среде
2	УК-5.2 Умеет грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом личностных, национально-этнических, конфессиональных и иных особенностей участников коммуникации	У.3 Умеет выбирать коммуникативно-приемлемые этикетные формулы в зависимости от статуса и культурной принадлежности партнёра по деловому общению
3	УК-5.3 Владеет способами выбора адекватной коммуникативной стратегии в зависимости от культурного контекста коммуникации и поставленных целей	В.3 Владеет стратегиями преодоления межкультурных коммуникативных барьеров в деловой среде
1	УК-4.1 Знает виды современных процессов коммуникации; современные коммуникативные технологии в организации академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке	З.2 Знает функциональные возможности современных коммуникативных технологий (электронная почта, видеоконференцсвязь) для организации делового и академического взаимодействия на иностранном языке
2	УК-4.2 Умеет создавать на русском и иностранном языках письменные тексты научного и официально-делового стилей речи в сфере профессиональной деятельности	У.2 Умеет оформлять письменные деловые тексты различных жанров (письмо-запрос, коммерческое предложение, рекламация) в соответствии с нормами официально-делового стиля
3	УК-4.3 Владеет способами представления результатов исследований в виде докладов и статей, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) с использованием современных коммуникативных технологий	В.2 Владеет навыками подготовки и презентации научных докладов и статей на иностранном языке с использованием мультимедийных средств

2. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДОВ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Наименование раздела дисциплины (темы)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Итого часов
	ПЗ	СРС	
Итого по дисциплине	16	115	131
Первый период контроля			
Менеджмент	4	12	16
Функции менеджмента и трудовая мотивация персонала	2	6	8
Компания и трудоустройство: структура, рекрутинг, собеседование	2	6	8
Деловая коммуникация: переговоры, совещания и рабочая документация	4	12	16
Переговоры	2	6	8
Совещания	2	6	8
Итого по видам учебной работы	8	24	32
Форма промежуточной аттестации			
Зачет			4
Итого за Первый период контроля			36
Второй период контроля			
Маркетинг	4	29	33
Теоретические основы маркетинга: комплекс 4Р и маркетинговые исследования	2	14	16
Рекламная коммуникация: стратегии продвижения и брендинг	1	7	8
Презентация продукта или услуги	1	8	9
Деловая переписка и телефонная беседа	4	62	66
Деловая телефонная беседа	2	30	32
Практика официально-деловой переписки: запрос, коммерческое предложение, напоминание, рекламация, отказ	2	32	34
Итого по видам учебной работы	8	91	99
Форма промежуточной аттестации			
Экзамен			9
Итого за Второй период контроля			108

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

3.1 Практические

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Менеджмент	4
Формируемые компетенции, образовательные результаты: УК-4: 3.2 (УК-4.1) УК-5: 3.3 (УК-5.1) ОПК-7: У.1 (ОПК-7.2)	
1.1. Функции менеджмента и трудовая мотивация персонала 1. Сущность менеджмента и задачи менеджера (концепция П. Друкера). 2. Понятие мотивации в менеджменте. 3. Сравнительный анализ теорий Х и У Д. МакГрегора: традиционный и инновационный стили управления. 4. Иерархия потребностей А. Маслоу и её связь с теориями Х и У. Учебно-методическая литература: 1, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2	2
1.2. Компания и трудоустройство: структура, рекрутинг, собеседование 1. Организационные структуры и функциональные подразделения компании. 2. Процесс рекрутинга: подготовка к собеседованию, составление резюме. 3. Нормы делового этикета при трудоустройстве. Учебно-методическая литература: 1, 3, 4, 5, 7 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2	2
2. Деловая коммуникация: переговоры, совещания и рабочая документация	4
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ОПК-7: В.1 (ОПК-7.3) УК-4: У.2 (УК-4.2) УК-5: В.3 (УК-5.3)	
2.1. Переговоры 1. Виды и стратегии деловых переговоров. 2. Этапы переговорного процесса: подготовка, ведение, анализ результатов и завершение. 3. Речевые клише и нормы делового этикета, используемые на переговорах. Учебно-методическая литература: 3, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	2
2.2. Совещания 1. Общие правила организации совещаний. 2. Составление служебной записки. 3. Определение повестки совещания (вопросы для обсуждения, присутствующие лица, выступающие, принятые решения). 4. Проведение совещания, протоколирование, подведение итогов. Учебно-методическая литература: 3, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	2
3. Маркетинг	4
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ОПК-7: 3.1 (ОПК-7.1) УК-4: В.2 (УК-4.3)	
3.1. Теоретические основы маркетинга: комплекс 4Р и маркетинговые исследования 1. Сущность маркетинга, комплекс 4Р и каналы распределения. 2. Маркетинговые исследования. 3. Постановка маркетинговых целей и разработка стратегий их достижения. Учебно-методическая литература: 2, 6 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2	2
3.2. Рекламная коммуникация: стратегии продвижения и брендинг 1. Продвижение в комплексе маркетинга: личные продажи и реклама; виды рекламы и психологические приёмы воздействия. 2. Рекламные стратегии и техники; оценка эффективности рекламной коммуникации.	1

3. Брендинг: понятие, функции, значение названия; примеры происхождения известных брендов. Учебно-методическая литература: 2, 4, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2	1
3.3. Презентация продукта или услуги 1. Структура презентации и речевые клише. 2. Описание графиков, диаграмм и тенденций. 3. Техники публичного выступления и инфографика. Учебно-методическая литература: 2, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	1
4. Деловая переписка и телефонная беседа	4
Формируемые компетенции, образовательные результаты: УК-5: У.3 (УК-5.2), В.3 (УК-5.3)	
4.1. Деловая телефонная беседа 1. Специфика делового телефонного общения и структура разговора. 2. Речевые клише, нормы этикета и стратегии поддержания контакта. 3. Фиксация договорённостей и завершение беседы. Учебно-методическая литература: 3, 6 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	2
4.2. Практика официально-деловой переписки: запрос, коммерческое предложение, напоминание, рекламация, отказ 1. Структура официального делового письма и нормы официально-делового стиля. 2. Письмо-запрос и коммерческое предложение: цель, структура, языковые клише. 3. Письмо-напоминание, рекламация и отказное письмо: тактика, этикет, смягчение негативной информации. Учебно-методическая литература: 3, 6 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	2

3.2 СРС

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема для самостоятельного изучения	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Менеджмент	12
Формируемые компетенции, образовательные результаты: УК-4: 3.2 (УК-4.1) УК-5: 3.3 (УК-5.1) ОПК-7: У.1 (ОПК-7.2)	
1.1. Функции менеджмента и трудовая мотивация персонала Задание для самостоятельного выполнения студентом: 1. Чтение, перевод и анализ профессионально ориентированных тематических текстов. 2. Составление тематических глоссариев и систематизация лексико-грамматических средств делового общения. 3. Подготовка монологических, диалогических и (или) полилогических высказываний в рамках тематического модуля. 4. Моделирование коммуникативных ситуаций делового взаимодействия и выполнение лексико-грамматических упражнений. Учебно-методическая литература: 1, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2	6
1.2. Компания и трудоустройство: структура, рекрутинг, собеседование Задание для самостоятельного выполнения студентом: 1. Чтение, перевод и анализ профессионально ориентированных тематических текстов. 2. Составление тематических глоссариев и систематизация лексико-грамматических средств делового общения. 3. Подготовка монологических, диалогических и (или) полилогических высказываний в рамках тематического модуля. 4. Моделирование коммуникативных ситуаций делового взаимодействия и выполнение лексико-грамматических упражнений. Учебно-методическая литература: 1, 3, 4, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2	6

2. Деловая коммуникация: переговоры, совещания и рабочая документация		12
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ОПК-7: В.1 (ОПК-7.3) УК-4: У.2 (УК-4.2) УК-5: В.3 (УК-5.3)		
2.1. Переговоры	Задание для самостоятельного выполнения студентом: 1. Чтение, перевод и анализ профессионально ориентированных тематических текстов. 2. Составление тематических глоссариев и систематизация лексико-грамматических средств делового общения. 3. Подготовка монологических, диалогических и (или) полилогических высказываний в рамках тематического модуля. 4. Моделирование коммуникативных ситуаций делового взаимодействия и выполнение лексико-грамматических упражнений. Учебно-методическая литература: 3, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	6
2.2. Совещания	Задание для самостоятельного выполнения студентом: 1. Чтение, перевод и анализ профессионально ориентированных тематических текстов. 2. Составление тематических глоссариев и систематизация лексико-грамматических средств делового общения. 3. Подготовка монологических, диалогических и (или) полилогических высказываний в рамках тематического модуля. 4. Моделирование коммуникативных ситуаций делового взаимодействия и выполнение лексико-грамматических упражнений. Учебно-методическая литература: 3, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2	6
3. Маркетинг		29
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ОПК-7: 3.1 (ОПК-7.1) УК-4: В.2 (УК-4.3)		
3.1. Теоретические основы маркетинга: комплекс 4Р и маркетинговые исследования	Задание для самостоятельного выполнения студентом: 1. Чтение, перевод и анализ профессионально ориентированных тематических текстов. 2. Составление тематических глоссариев и систематизация лексико-грамматических средств делового общения. 3. Подготовка монологических, диалогических и (или) полилогических высказываний в рамках тематического модуля. 4. Моделирование коммуникативных ситуаций делового взаимодействия и выполнение лексико-грамматических упражнений. Учебно-методическая литература: 2, 6 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2	14
3.2. Рекламная коммуникация: стратегии продвижения и брендинг	Задание для самостоятельного выполнения студентом: 1. Чтение, перевод и анализ профессионально ориентированных тематических текстов. 2. Составление тематических глоссариев и систематизация лексико-грамматических средств делового общения. 3. Подготовка монологических, диалогических и (или) полилогических высказываний в рамках тематического модуля. 4. Моделирование коммуникативных ситуаций делового взаимодействия и выполнение лексико-грамматических упражнений. Учебно-методическая литература: 2, 4, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2	7
3.3. Презентация продукта или услуги	Задание для самостоятельного выполнения студентом: 1. Чтение, перевод и анализ профессионально ориентированных тематических текстов.	8

2. Составление тематических глоссариев и систематизация лексико-грамматических средств делового общения. 3. Подготовка монологических, диалогических и (или) полилогических высказываний в рамках тематического модуля. 4. Моделирование коммуникативных ситуаций делового взаимодействия и выполнение лексико-грамматических упражнений. Учебно-методическая литература: 2, 5 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	8
4. Деловая переписка и телефонная беседа	62
Формируемые компетенции, образовательные результаты: УК-5: У.3 (УК-5.2), В.3 (УК-5.3)	
4.1. Деловая телефонная беседа Задание для самостоятельного выполнения студентом: 1. Чтение, перевод и анализ профессионально ориентированных тематических текстов. 2. Составление тематических глоссариев и систематизация лексико-грамматических средств делового общения. 3. Подготовка монологических, диалогических и (или) полилогических высказываний в рамках тематического модуля. 4. Моделирование коммуникативных ситуаций делового взаимодействия и выполнение лексико-грамматических упражнений. Учебно-методическая литература: 3, 6 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	30
4.2. Практика официально-деловой переписки: запрос, коммерческое предложение, напоминание, рекламация, отказ Задание для самостоятельного выполнения студентом: 1. Чтение, перевод и анализ профессионально ориентированных тематических текстов. 2. Составление тематических глоссариев и систематизация лексико-грамматических средств делового общения. 3. Подготовка монологических, диалогических и (или) полилогических высказываний в рамках тематического модуля. 4. Моделирование коммуникативных ситуаций делового взаимодействия и выполнение лексико-грамматических упражнений. Учебно-методическая литература: 3, 6 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	32

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Ссылка на источник в ЭБС
Основная литература		
1	Деловой английский: вводный курс : учебное пособие для магистрантов всех специальностей / Е. Ю. Воякина, Н. А. Гунина, Л. Ю. Королева, Т. В. Мордовина. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. – 109 с. – ISBN 978-5-8265-2002-4.	https://www.iprbookshop.ru/books/99756/details
2	Асламова, Т. В. Mastering English in a Business Context : учебник / Т. В. Асламова, Н. Л. Баграмянц. – Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2026. – 278 с. – ISBN 978-5-4497-5281-9.	https://www.iprbookshop.ru/books/158660/details
3	Бедрицкая, Л. В. Деловой английский язык = English for Business Studies : учебное пособие / Л. В. Бедрицкая, Л. И. Василевская, Д. Л. Борисенко. – Минск : ТетраСистемс, Тетралит, 2014. – 320 с. – ISBN 978-985-7081-34-9.	https://www.iprbookshop.ru/books/28071/details
Дополнительная литература		
4	Киреева, И. В. Деловой иностранный (английский) язык : учебное пособие для студентов всех форм обучения направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры) / И. В. Киреева. – Воронеж : НАУКА-ЮНПРЕСС, 2023. – 56 с.	https://www.iprbookshop.ru/books/158107/details
5	Хвостенко, А. А. Английский язык для магистрантов. Введение в управление проектной деятельностью. English for Master Students. Introduction to Project Management : учебное пособие / А. А. Хвостенко, Ю. В. Ридная, Е. В. Кривенко. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2025. – 68 с. – ISBN 978-5-7782-5393-3.	https://www.iprbookshop.ru/books/158764/details
6	Попов, Е. Б. Деловой английский язык : учебное пособие / Е. Б. Попов. – Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2026. – 66 с. – ISBN 978-5-4497-5708-1.	https://www.iprbookshop.ru/books/163053/details
7	Терещенко, Ю. А. Деловой английский язык : учебное пособие для магистрантов / Ю. А. Терещенко. – Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. – 76 с. – ISBN 978-5-4486-0567-3.	https://www.iprbookshop.ru/books/85745/details

4.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование базы данных	Ссылка на ресурс
1	База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU	https://elibrary.ru/defaultx.asp
2	Online словарь и тезаурус Cambridge Dictionary	https://dictionary.cambridge.org/ru/

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

5.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Код компетенции по ФГОС									
Код образовательного результата дисциплины	Текущий контроль								Промежуточная аттестация
	Кейс-задачи	Проект	Терминологический словарь/гlossарий	Тест	Монологическое высказывание	Аудирование	Чтение текстов на иностранном языке	Упражнения	Зачет/Экзамен
ОПК-7									
3.1 (ОПК-7.1)			+		+		+	+	+
У.1 (ОПК-7.2)			+	+		+			+
В.1 (ОПК-7.3)		+							+
УК-4									
3.2 (УК-4.1)	+							+	+
У.2 (УК-4.2)		+							+
В.2 (УК-4.3)		+			+			+	+
УК-5									
3.3 (УК-5.1)					+		+		+
У.3 (УК-5.2)	+			+				+	+
В.3 (УК-5.3)	+						+	+	+

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

5.2.1. Текущий контроль.

Типовые задания к разделу "Менеджмент":

1. Аудирование

Прослушайте текст «Remote Office Secretaries». Определите, соответствуют ли утверждения 1–7 содержанию текста. Выберите Right (верно), Wrong (неверно) или Doesn't Say (в тексте не сказано). Перед прослушиванием ознакомьтесь с вопросами. Текст предьявляется дважды.

Remote Office Secretaries

We know that in modern businesses, there are times when the office is busy and times when it is quiet. So how can you get all your work done during these busy periods? Hiring temporary staff is always difficult because you may not have office space, and you cannot always be sure of the standards. So why not give us a call?

We can provide professional administrative and secretarial support for your business. Our secretaries provide office support from fully equipped offices in their own homes. They communicate with you using email, telephone, fax or post. You can even keep track of what your secretary is working on using our 'Eagle Eye' software. You will be surprised at just how many office jobs can be accomplished virtually!

And the great thing about our Remote Office Secretaries is that you only pay for the time it takes the secretary to complete the jobs that you assign. This gives you great cost savings! There are no costs incurred advertising for temporary staff. Plus, you don't have to pay the employee's annual leave, sickness cover and overtime payments. Our hourly rates start at £20.00 an hour. Time is charged per minute, and you can hire out an office assistant for a minimum of 1 hour. We can offer preferential rates for long-term projects and repeat contracts. There may be additional charges for telephone charges if these exceed £5.00 per week.

If this isn't enticing enough, we can also offer you the following services:

Overnight delivery services – get those reports typed up so that they are available first thing in the morning!

Event Organisation – Leave all the planning to us, so that your staff can concentrate your current projects.

Call us on 04855 758837 for more information about our services.

- 1) Businesses do not have to provide equipment for Remote Office Secretaries.
- 2) Businesses can use a computer programme to see the secretary at work.
- 3) The company "Remote Office Secretaries" takes a percentage of each secretary's hourly rate.
- 4) Customers can hire a secretary for thirty minutes worth of work.
- 5) Customers who use this service regularly get a cheaper price.
- 6) All telephone charges are included in \$ 20.00 per hour rate.
- 7) The company uses secretaries living in different time zones to complete overnight work.

Количество баллов: 7

2. Кейс-задачи

Case study "Meeting a new manager"

Consider a scenario in which a new department head is introduced to her subordinates. After reading, answer the following questions in English.

- 1) How can the first day of acquaintance with a new manager be changed for the better, in your opinion?
- 2) What are the positive and negative aspects of the new manager's approach?
- 3) What should the new boss do to increase chances of gaining trust of his subordinates?

"Miranda was thrilled about her new position as the head of the department. However, she was concerned that the productivity of her team was among the lowest in the company. The morale of her subordinates was also low, and the employees of the department differed from others in their unproductive work methods.

Miranda arrived at work half an hour before everyone else. She greeted everyone personally in the hallway. After that, she called a meeting and discussed all the problems of the department and strategic ways to solve them. She defined everyone's roles and tasks in resolving problematic situations and encouraged everyone to work together and cooperate closely.

The new boss ended the meeting by saying, "Let's not waste time any more. Everyone, get to work!" As colleagues walked to their workplaces, they discussed what they had heard and exchanged opinions. Miranda noticed that the staff were gathered in the hallway discussing the meeting. She approached them to answer any questions they might have. What she heard were a mix of complaints, apologies, accusations, and flattery regarding her plans. It seemed that none of her subordinates were willing to join her team or support her efforts".

Количество баллов: 8

3. Монологическое высказывание

What is important to you in choosing a job? What offers the greatest/the least job satisfaction in your opinion?

Consider the points below and put them in order of importance. Add anything else that is important to you. Explain your answers to the rest of the group:

- 1) Challenge.
- 2) Security.
- 3) Respect of colleagues.
- 4) Comfortable working conditions.
- 5) Social status.
- 6) Learning something new.
- 7) Personal freedom.
- 8) Being part of a team.
- 9) Exercising power.
- 10) Helping other people.
- 11) Being promoted.
- 12) Making money.
- 13) Interesting work.
- 14) Flexible working hours.
- 15) Supportive boss.
- 16) Friendly colleagues.
- 17) Proximity to your house.
- 18) Good holidays.
- 19) Good pension.
- 20) Health insurance.
- 21) Responsibility.

Количество баллов: 8

4. Терминологический словарь/гlossарий

Using authentic dictionaries, create a thematic glossary according to the scheme:

- 1) board of directors (noun) – an official group of persons who direct or supervise some activity.
- 2) personnel department (noun) – the department in an organization dealing with matters involving employees, as hiring, training, labor relations, and benefits.
- 3) research and development (R & D) (noun) – the department of a commercial company concerned with applying the

results of scientific research to develop new products and improve existing ones.

4) shareholder (noun) – a holder or owner of shares, especially in a company or corporation.

5) top management (senior management) (noun) – the most senior staff of an organization or business, including the heads of various divisions or departments led by the chief executive.

Количество баллов: 8

5. Тест

Choose the right variant:

Which department is primarily responsible for managing employee relations, recruitment, and welfare?

- a) Finance
- b) Human Resources
- c) Sales and Marketing
- d) Research and Development

Which function of management involves monitoring performance and taking corrective action?

- a) Planning
- b) Organising
- c) Leading
- d) Controlling

According to McGregor's Theory X, employees are assumed to:

- a) be self-motivated and seek responsibility
- b) dislike work and require close supervision
- c) be creative and capable of self-direction
- d) be primarily motivated by intrinsic rewards

A disadvantage of a functional organisational structure is:

- a) duplication of resources
- b) slow response to market changes due to hierarchical approval
- c) conflict between departmental and organisational goals
- d) unclear reporting lines

What does the term 'knowledge worker' refer to?

- a) An employee who performs manual labour
- b) A worker who primarily handles routine administrative tasks
- c) A professional who applies theoretical knowledge to solve complex problems
- d) A temporary worker hired for seasonal work

Количество баллов: 5

6. Упражнения

The words and phrases (1–4) are often used in CVs (resumes). Match each one with a word or phrase with a similar meaning (a–d):

- 1) operate
- 2) assist
- 3) have a working knowledge of
- 4) handle

- a) be familiar with
- b) use
- c) have responsibility for
- d) help

Количество баллов: 1

7. Чтение текстов на иностранном языке

Read and translate the following text:

MEMO

TO: All Heads of Department

FROM: Alan Lock, Accounts Manager

SUBJECT: IMPLEMENTATION OF NEW EXPENSES SYSTEM

As you know, this department has undertaken an extensive survey into alternative systems of handling corporate travel expenses and expenses claims. In recent months, a corporate charge card (Amex) and an automated expenses reimbursement system have been trialed successfully in several departments. This system will now be implemented throughout the organisation. The main benefits of the new system are that cash advances will no longer be necessary and administrative time can be reduced. It will also cut the cost of processing each claim and should produce a substantial saving on the time employees spend on claiming expenses. The system should be fully operational within the next ten weeks. A brief outline of how the system works is given below.

CLAIMING EXPENSES

Employees who travel on company business will be sent a form by e-mail each month that shows all purchases made on their Amex card. Employees indicate the business purpose of each purchase and, in the case of entertainment expenses, give the names of guests. Employees deduct personal expenses incurred on the card and add corporate expenses paid for in cash. The company will then settle up with one monthly cheque to Amex for all the business expenses incurred using the card. It will then be the employee's responsibility to settle the balance for personal expenses.

AUDITING PROCEDURES

Line managers will monitor expenses claims, making a random check of between 15 and 20 per cent of all claims submitted.

Full details of the new system will be sent to all Heads of Department within the next few days.

Количество баллов: 5

Типовые задания к разделу "Деловая коммуникация: переговоры, совещания и рабочая документация":

1. Кейс-задачи

Разработайте стратегию, подберите клише и составьте диалог-переговоры с книжным магазином, цель которого состоит в снижении цены на учебные пособия для детского языкового центра.

Количество баллов: 8

2. Проект

Выполните проектную работу по одной из следующих тем. На основе разработанного плана соберите фактический материал, иллюстрации и необходимые цифровые данные. Полученные результаты следует подвергнуть анализу, статистической обработке и представить в виде текстового описания, таблиц, графиков, диаграмм. В содержание проектной работы следует включить рекомендации по рассматриваемым проблемам:

- 1) Межкультурные особенности ведения переговоров в азиатских странах.
- 2) Межкультурные особенности ведения переговоров в европейских странах.

Количество баллов: 10

Типовые задания к разделу "Маркетинг":

1. Монологическое высказывание

Give examples of and dwell on businesses that would typically use different distribution channels:

- 1) Producer – Wholesaler – Retailer – Consumer.
- 2) Producer – Agent – Consumer.
- 3) Producer – Own sales force (personal selling) – Consumer.
- 4) Producer – Online (Internet) or telephone or mail order sales – Consumer.

Количество баллов: 8

2. Проект

Prepare an infographic for a product or service (key features, benefits, statistics). Deliver a 3–4 minute presentation using it as a visual guide.

Assessment criteria: structure, business vocabulary, data visualization, fluency, handling Q&A.

Tools: any accessible service – e.g. Flyvi, Supa, Visme, GrafMaker, Wondercard, AiZavod, or hand-drawn layout.

Количество баллов: 10

3. Терминологический словарь/гlossарий

Using authentic dictionaries, create a thematic glossary according to the scheme:

- 1) Distribution (noun) – the arrangements and activities required in order to get goods from the manufacturer to the consumer.
- 2) Market research (noun) – finding out about your costumers' interests in buying and analysing competing products.
- 3) Promotion (noun) – ways of introducing the product into the market.
- 4) Strategy (noun) – a plan how to achieve your business objectives.
- 5) Target market (noun) – the people that you are interested in selling your product to.

Количество баллов: 5

4. Упражнения

Here are four definitions of marketing. Which do you prefer, and why?

- 1) Selling means you sell what you make; marketing means you make what you can sell.
- 2) Marketing means the right product, in the right place, at the right price, and at the right time.
- 3) Marketing means identifying customers, defining and developing the products or services they want, and making and distributing them.
- 4) Marketing means anticipating and creating needs: producing useful things customers didn't know they wanted until you produced them.

Количество баллов: 5

5. Чтение текстов на иностранном языке

Read and translate the following text:

Marketing as a discipline only appeared at the beginning of the 20th century. However, the word “market” and the notion of a market have always existed. Marketing means the movement of goods and services from manufacturer to customer in order to satisfy the customer and to achieve the company’s objectives. Buying, selling, market research, transportation, storage, advertising are all parts of marketing. The purpose of marketing is to create a situation in which sale can be made.

Marketing can be divided into four main elements that are known as the four P’s: product, price, placement and promotion. These factors are not looked at in isolation. The combination of the four P’s is called the “marketing mix”: the right product at the right price available through the right channels of distribution (placement), presented in the right way (promotion). The product element of marketing refers to the goods or services that a company wants to sell. Next, a company considers the price to charge for its product. The company may take three pricing options: above, with or below the prices that its competitors are charging. Most companies price with the market and sell their goods or services for average prices established by major producers in the industry.

The third element of the marketing process – placement – involves getting the product to the customer. This takes place through the channels of distribution. A common channel of distribution is: manufacturer → wholesaler → retailer → customer. Wholesalers generally sell large quantities of a product to retailers, and retailers sell smaller quantities to customers.

Finally, communication about the product takes place between a buyer and a seller and is known as promotion. There are two major ways of promotion: 1) through personal selling, as in a department store or employing sales representatives; 2) and through advertising, as in a newspaper or magazine, TV, the Internet.

In order to develop a successful marketing mix, researchers first ask two important questions: "Who is going to buy the product?" and "What is the potential to sell this product?". To answer the first question we have to investigate our target market. Target market includes the people you want to sell to: we have to learn about the age, sex and income of our would-be customers. Different products have different target markets, e.g. Ferrari and Kia automobiles, Swatch and Rolex watches, designers’ clothes and footwear and mass produced things. To answer the second question we have to examine the size of the market and the product awareness. Product awareness shows what people know about the company’s products.

All this investigation of the target market, product awareness, the size of the market is called market research. Market research uses interviews to find out about people’s attitudes and questionnaires to study their shopping habits. When you know who your customers are and how big your market is, the next step is to set your objectives. The marketing objectives can be: to increase sales, to increase market share or to win a new market share, to make your product different from the competition and others. Next, we think about the strategy for meeting our objectives, e.g.

- 1) find new customers by making the product more attractive (to create a more attractive design, e.g. of a lap top, to give your product a new attractive feature like absence of noise in a vacuum cleaner, a hair drier which doesn’t burn hair and so on);
- 2) take customers from your competitors (saying that your product is better: e.g. or washing powder that washes off spots better than competitors’ powders);
- 3) persuade the customers to use more of your product (to wash hair every day, to clean teeth after each meal and so on).

Количество баллов: 5

Типовые задания к разделу "Деловая переписка и телефонная беседа":

1. Кейс-задачи

Task 1. Letter of Complaint (Пекламация)

You are the Purchasing Manager at GreenLine Ltd. You ordered 50 office chairs from ComfortPlus (Order No. 7890). The chairs arrived two weeks late, and 10 of them have damaged upholstery. Write an email to the supplier (120–150 words) to:

- state the problem clearly;
- express dissatisfaction;
- request a full refund or replacement;
- set a deadline for a response.

Use appropriate formal register and standard complaint clichés.

Task 2. Rejection Letter (Отказное письмо)

You are the HR Manager at TechSolutions. You interviewed a candidate, Mr. David Clark, for the position of Senior Software Engineer. Unfortunately, another candidate was chosen. Write a rejection letter to Mr. Clark (100–120 words) that:

- thanks him for his interest and time;
- informs him politely that he was not selected;
- softens the negative news;
- wishes him success in his future career.

Use formal, tactful language and standard rejection clichés.

Количество баллов: 8

2. Тест

Choose the right variant:

1. To Whom it May Concern:

- a) Is an opening from an e-mail
- b) Is an opening from an inquiry
- c) Is an opening from a letter to a colleague

2. How would you open a letter to a woman whose marital status is unknown (her surname is Smith)?

- a) Dear Madam
- b) Dear Miss Smith
- c) Dear Ms. Smith
- d) Dear Mrs. Smith

3. Which letter ending goes best with the opening 'Dear Personnel Director,'?

- a) Best wishes,
- b) Yours faithfully,
- c) Love,

4. What is the best continuation to the following complaint: "Unfortunately, we have not yet received your payment...":

- a) Please could you send us your price-list as soon as possible?
- b) Please could you send us a bill as soon as possible?
- c) Please could you send us your cheque before 30 June?
- d) We would appreciate if you could collect the money as soon as possible.

5. Which is a postcode?

- a) 24 Green Street
- b) 044
- c) CM1 2XB

Количество баллов: 5

3. Упражнения

Put the dialogue in the right order:

- a) Speaking.
- b) Hi, Tarmo.
- c) Thanks, Tarmo.
- d) I'll do it now.
- e) Of course,
- f) Did you get my message?
- g) You'd like me to send directions to the office.
- h) Can I speak to Tarmo Star, please?
- i) Yes, that's right.
- j) Could you send them today?
- k) Yes, I did.
- l) See you soon.

Количество баллов: 2

4. Чтение текстов на иностранном языке

1) Письмо-запрос (Enquiry letter)

Mr. Ken Smith
9034 Commerce Street
Detroit, Michigan

June 28, 2019

Park Inn Hotel
17th Street
Tampa, Florida
USA, 90345

Dear Sir or Madam

I'd like to book a single room in your hotel from August 1 till August 10. Could you please tell me the price per night including breakfast and dinner if possible? Do you have airport transfer and car rent service?

I am looking forward to your reply,
Mr. Ken Smith

2) Письмо-предложение (Commercial offer)

Mr. Louis Mann
General Manager
Soft Plus
4567 Golden Street
Fresno, California

October 30, 2019

Stanley Co Ltd
9034 Cooper Street
Fresno, California
USA, 90864

Dear Sirs,

Our company Soft Plus is quite new in the region, it was established last year, but in spite of this, we have already proved to be professionals and have a number of good reviews. We offer qualified services in software maintenance at reasonable prices.

This month we have a special offer for you and your office equipment with a good discount. For more information, you may call 555-55-55.

Yours truly,
Louis Mann,
General Manager

Enclosures: brochure, business card
Количество баллов: 5

5.2.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации в ФГБОУ ВО «ЮУрГТТУ».

Первый период контроля

1. Зачет

Вопросы к зачету:

1. Понятие менеджмента. Пять задач менеджера по П. Друкеру.
2. Функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль.
3. Теории Х и Y Д. МакГрегора: сравнительная характеристика.
4. Иерархия потребностей А. Маслоу и её связь с теориями Х и Y.
5. Понятие трудовой мотивации. Факторы, влияющие на выбор работы.
6. Типы организационных структур компании (иерархическая, функциональная).
7. Формы собственности: индивидуальное предпринимательство, партнёрство, корпорация.
8. Функциональные подразделения компании и их взаимодействие.
9. Процесс рекрутинга: собеседование с потенциальным работодателем как форма делового общения.
10. Типовые вопросы на собеседовании и стратегии самопрезентации.
11. Резюме как жанр делового письменного дискурса: структура, языковые средства и социокультурные нормы оформления.
12. Нормы делового этикета при трудоустройстве.
13. Общие правила ведения деловых переговоров.
14. Этапы и структура переговорного процесса: начало, промежуточный этап, завершение.
15. Определение цели переговоров и выбор языковых средств; речевые клише.
16. Стратегии и тактики ведения переговоров.
17. Общие правила организации и проведения делового совещания.
18. Деловое совещание: роли участников и фазы проведения.
19. Определение повестки совещания: вопросы для обсуждения, присутствующие лица, выступающие, принятые решения.
20. Составление служебной записки, протоколирование и контроль исполнения решений на совещании.

Типовые практические задания:

1. Scenario: You are the Head of the Marketing Department at Alpha Corp. You need to hold a meeting to discuss the launch of a new product. The budget is limited, and two departments (Marketing and Production) have conflicting proposals. Task (15 min preparation, 10 min response): Written part: Prepare a memo (80–100 words) to all department heads informing them about the meeting, and draft a meeting agenda (topics, attendees, speakers, decisions to be made). Oral part (role-play): Open the meeting, state the objective, and follow the agenda. Lead the discussion: give the floor to both sides, manage disagreement, and guide the group to a compromise. Summarise the decision and close the meeting. Assessment criteria: memo format, agenda structure, meeting management, negotiation and persuasion techniques, business vocabulary, fluency.
2. Scenario: You are applying for the position of Marketing Manager at Global Solutions. You have prepared your CV and a cover letter. Now you have an interview with the HR Director, Ms. Clark. Task (15 min preparation, 10 min response): Written part (prepare in advance): Submit your CV (1 page) and a cover letter (150–200 words) for the position. Use formal business style. Oral part (role-play): Interview (3–4 min): Answer Ms. Clark's questions about your experience, skills, and motivation. Use self-presentation strategies. Negotiation (3–4 min): After a successful interview, discuss the job offer: salary, working hours, and responsibilities. Use appropriate negotiation tactics and clichés. Assessment criteria: resume structure, cover letter format, fluency and accuracy, business vocabulary, self-presentation, negotiation strategies.

Второй период контроля

1. Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Определение маркетинга и его эволюция.
2. Цели и задачи маркетинга.
3. Комплекс 4P (маркетинг-микс): общая характеристика.
4. Товар как элемент комплекса маркетинга.
5. Цена как элемент комплекса маркетинга: ценовые стратегии.
6. Распределение как элемент комплекса маркетинга: каналы товародвижения.
7. Продвижение как элемент комплекса маркетинга: формы.
8. Структура рынка: покупатели, поставщики, потребители.
9. Анализ рынка и определение целевой аудитории.
10. Маркетинговые исследования: опросы и анкетирование.
11. Конкуренция на рынке и уникальные отличительные особенности продукта.
12. Маркетинговая стратегия: постановка целей и способы их достижения.
13. Задачи маркетинговой политики.
14. Реклама как форма продвижения: виды и средства.
15. Личные продажи как форма продвижения.
16. Маркетинговые приёмы и техники в рекламе.
17. Психологические приёмы воздействия в рекламе.
18. Брендинг: понятие, функции, значение названия.
19. Нейминг: происхождение названий известных брендов.
20. Влияние рекламы на потребителя: плюсы и минусы.
21. Оценка эффективности рекламной коммуникации.
22. Маркетинговый микс (4 Ps) в рекламе.
23. Общие правила проведения презентации.
24. Структура презентации продукта или услуги.
25. Составление графиков, таблиц и чтение графиков.
26. Публичное выступление: планирование, голос, язык тела.
27. Создание инфографики для презентации.
28. Общие правила деловой телефонной беседы: номера, звонок, международный звонок.
29. Специфика делового телефонного общения.
30. Структура делового телефонного разговора.
31. Холодный звонок: правила и особенности.
32. Подтверждение и перенос встречи по телефону.
33. Речевые клише и нормы этикета в телефонной беседе.
34. Структура официального делового письма.
35. Нормы официально-делового стиля в письменной коммуникации.
36. Письмо-запрос (enquiry): цель, структура, клише.
37. Коммерческое предложение (commercial offer): содержание и оформление.
38. Письмо-рекламация: правила, структура, клише.
39. Письмо-напоминание (follow-up letter): тактика вежливого напоминания о договорённостях.
40. Отказное письмо (rejection letter): этика отказа и смягчение негативной информации.

Типовые практические задания:

1. Scenario: You are a Marketing Manager at EcoBottle, a company launching a new reusable water bottle. You have a pie chart showing competitors' market share: Thermos – 35%, Contigo – 25%, others – 40%. You are meeting a potential investor, Ms. Adams. Task (10 minutes preparation, 5 minutes response): Presentation (2–3 min): Present the product to Ms. Adams. Use the chart to describe the market, identify the target segment, and state your marketing objective and promotion strategy. Telephone call (2 min): Role-play a call to Ms. Adams to confirm your next meeting. Check the date, time, and address; ask whether a parking pass is required. Follow-up email (80–100 words): Write an email summarising the call, confirming the meeting details, and attaching the commercial offer. Assessment focus: fluency and accuracy, appropriate business register, use of professional clichés, graph description, telephone etiquette, formal email structure.
2. Scenario: You are a Marketing Manager at EcoTech, launching a new smart home device. You are meeting a potential investor, Ms. Adams. Task (10 min preparation, 5 min response): presentation (2–3 min): Present the product. Use the pie chart (competitors' market share: Company A – 35%, Company B – 25%, others – 40%) to describe the market, identify the target segment, and state your marketing objective and promotion strategy. Telephone call (2 min): Role-play a call to Ms. Adams to confirm your next meeting. Check the date, time, and address; ask whether a parking pass is required. Follow-up email (80–100 words): Write an email summarising the call, confirming the meeting details, and attaching the commercial offer. Assessment criteria: fluency and accuracy, business vocabulary, graph description, telephone etiquette, formal email structure.

5.3. Примерные критерии оценивания ответа студентов на экзамене (зачете):

Отметка	Критерии оценивания
"Отлично"	- дается комплексная оценка предложенной ситуации - демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять - последовательное, правильное выполнение всех заданий - умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы
"Хорошо"	- дается комплексная оценка предложенной ситуации - демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять - последовательное, правильное выполнение всех заданий - возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя - умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы
"Удовлетворительно" ("зачтено")	- затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации - неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя - выполнение заданий при подсказке преподавателя - затруднения в формулировке выводов
"Неудовлетворительно" ("не зачтено")	- неправильная оценка предложенной ситуации - отсутствие теоретического обоснования выполнения заданий

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Практические

Практические (семинарские занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения практических занятий и семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

При подготовке к практическому занятию необходимо ознакомиться с его планом; изучить соответствующие конспекты лекций, главы учебников и методических пособий, разобрать примеры, обратиться к дополнительной литературе (справочникам, энциклопедиям, словарям). К наиболее важным и сложным вопросам темы рекомендуется составлять конспекты ответов. Следует готовить все вопросы соответствующего занятия: необходимо уметь давать определения базовым понятиям, знать основные положения теории, правила и формулы, предложенные для запоминания к каждой теме.

В ходе практического занятия надо давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов, доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

2. Зачет

Цель зачета – проверка и оценка уровня полученных студентом специальных знаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации.

Подготовка к зачету начинается с первого занятия по дисциплине, на котором обучающиеся получают предварительный перечень вопросов к зачёту и список рекомендуемой литературы, их ставят в известность относительно критериев выставления зачёта и специфике текущей и итоговой аттестации. С самого начала желательно планомерно осваивать материал, руководствуясь перечнем вопросов к зачету и списком рекомендуемой литературы, а также путём самостоятельного конспектирования материалов занятий и результатов самостоятельного изучения учебных вопросов.

По результатам сдачи зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

3. Экзамен

Экзамен преследует цель оценить работу обучающегося за определенный курс: полученные теоретические знания, их прочность, развитие логического и творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умения анализировать и синтезировать полученные знания и применять их для решения практических задач.

Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, утвержденным заведующим кафедрой. Экзаменационный билет включает в себя два вопроса и задачи. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня вопросов, доведенного до сведения обучающихся не позднее чем за один месяц до экзаменационной сессии.

В процессе подготовки к экзамену организована предэкзаменационная консультация для всех учебных групп.

При любой форме проведения экзаменов по билетам экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы, задачи и примеры по программе данной дисциплины. Дополнительные вопросы, также как и основные вопросы билета, требуют развернутого ответа.

Результат экзамена выражается оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

4. Кейс-задачи

Кейс – это описание конкретной ситуации, отражающей какую-либо практическую проблему, анализ и поиск решения которой позволяет развивать у обучающихся самостоятельность мышления, способность выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, а также аргументировано отстаивать собственную позицию.

Рекомендации по работе с кейсом:

1. Сначала необходимо прочитать всю имеющуюся информацию, чтобы составить целостное представление о ситуации; не следует сразу анализировать эту информацию, желательно лишь выделить в ней данные, показавшиеся важными.
2. Требуется охарактеризовать ситуацию, определить ее сущность и отметить второстепенные элементы, а также сформулировать основную проблему и проблемы, ей подчиненные. Важно оценить все факты, касающиеся основной проблемы (не все факты, изложенные в ситуации, могут быть прямо связаны с ней), и попытаться установить взаимосвязь между приведенными данными.
3. Следует сформулировать критерий для проверки правильности предложенного решения, попытаться найти альтернативные способы решения, если такие существуют, и определить вариант, наиболее удовлетворяющий выбранному критерию.
4. В заключении необходимо разработать перечень практических мероприятий по реализации предложенного решения.
5. Для презентации решения кейса необходимо визуализировать решение (в виде электронной презентации, изображения на доске и пр.), а также оформить письменный отчет по кейсу.

5. Тест

Тест это система стандартизированных вопросов (заданий), позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся. Тесты могут быть аудиторными и внеаудиторными. Преподаватель доводит до сведения студентов информацию о проведении теста, его форме, а также о разделе (теме) дисциплины, выносимой на тестирование.

При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

- проработать информационный материал по дисциплине; проконсультироваться с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;
- выяснить все условия тестирования заранее: необходимо знать, сколько тестов вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.;
- работая с тестами, внимательно и до конца прочесть вопрос и предлагаемые варианты ответов; выбрать правильные (их может быть несколько); на отдельном листке ответов выписать цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам; в случае компьютерного тестирования указать ответ в соответствующем поле (полях);
- в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания, что позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант;
- решить в первую очередь задания, не вызывающие трудностей, к трудному вопросу вернуться в конце;
- оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

6. Терминологический словарь/гlossарий

Терминологический словарь/гlossарий – текст справочного характера, в котором представлены в алфавитном порядке и разъяснены значения специальных слов, понятий, терминов, используемых в какой-либо области знаний, по какой-либо теме (проблеме).

Составление терминологического словаря по теме, разделу дисциплины приводит к образованию упорядоченного множества базовых и периферийных понятий в форме алфавитного или тематического словаря, что обеспечивает студенту свободу выбора рациональных путей освоения информации и одновременно открывает возможности регулировать трудоемкость познавательной работы.

Этапы работы над терминологическим словарем:

1. внимательно прочитать работу;
2. определить наиболее часто встречающиеся термины;
3. составить список терминов, объединенных общей тематикой;
4. расположить термины в алфавитном порядке;
5. составить статьи гlossария:
 - дать точную формулировку термина в именительном падеже;
 - объемно раскрыть смысл данного термина.

7. Чтение текстов на иностранном языке

В зависимости от цели используют следующие виды чтения:

1. неподготовленное чтение (учебный вид чтения, проверяющий технику);
2. подготовленное чтение фрагментов текста для отработки правильного произношения, ударения, паузации, интонационных структур;
3. ознакомительное, изучающее, просмотровое и поисковое чтение в зависимости от установки на степень понимания текста.

Рекомендации по овладению навыками чтения:

1. определить основное содержание текста по знакомым опорным словам, интернациональной лексике и с помощью лингвистического анализа (морфологической структуры слова, соотношения членов предложения и т.д.);
2. понять значение слов по контексту или интернациональной лексике;
3. выделить смысловую структуру текста, главную и второстепенную информацию;
4. обобщить факты, приведенные в тексте;
5. уметь сделать перевод всего текста или его фрагмента с помощью словаря;
6. изложить результаты своей работы в устной или письменной форме (в зависимости от задания).

8. Монологическое высказывание

Монологическое высказывание в деловой коммуникации представляет собой связанное, логически организованное сообщение на профессионально значимую тему, цель которого – передача фактов, предварительных результатов или практических данных без претензии на широкие теоретические обобщения. В композиции высказывания выделяются три части: вступление (формулировка темы), основная часть (изложение фактов и данных), заключение (обобщение и выводы).

Подготовка монологического высказывания предполагает предварительное планирование, составление примерного плана, отработку лексических единиц и устойчивых фраз по теме. Источником материала могут служить учебные темы и профессионально ориентированные тексты.

Монологическое высказывание характеризуется следующими качествами:

1. Целенаправленность – наличие осознанной коммуникативной цели.
2. Логичность – последовательность изложения материала.
3. Структурность (связность) – организация высказывания в соответствии с композиционной схемой.
4. Относительная завершенность – тематическая и содержательная полнота.
5. Продуктивность – порождение собственного высказывания, а не воспроизведение заученного.
6. Непрерывность – отсутствие необоснованных пауз, смысловая синтагматичность.
7. Самостоятельность – отказ от вербальных, схематических и иллюстративных опор.
8. Выразительность – использование логических ударений, интонации, невербальных средств.

9. Упражнения

Лексические и грамматические упражнения проверяют словарный запас студента и умение его эффективно применять, а также то, насколько хорошо студент усвоил грамматические явления, разбираемые в соответствующем семестре, и может использовать их для достижения коммуникативных целей.

Упражнение – специально организованное многократное выполнение языковых (речевых) операций или действий с целью формирования или совершенствования речевых навыков и умений, восприятия речи на слух, чтения и письма.

Типология упражнений для формирования лексико-грамматических навыков:

- 1) восприятие (упражнения на узнавание нового грамматического явления в знакомом контексте);
- 2) имитация (упражнения на воспроизведение речевого образца без изменений);
- 3) подстановка (характеризуются тем, что в них происходит подстановка лексических единиц в какой-либо речевой образец);
- 4) трансформация (грамматическое изменение образца);
- 5) репродукция (воспроизведение грамматических форм самостоятельно и осмысленно);
- 6) комбинирование (соединение в речи новых и ранее усвоенных лексико-грамматических образцов).

Типология упражнений для формирования коммуникативных умений:

- 1) языковые упражнения – тип упражнений, предполагающий анализ и тренировку языковых явлений вне условий речевой коммуникации;
- 2) условно-речевые упражнения – тип упражнения, характеризующийся ситуативностью, наличием речевой задачи и предназначенный для тренировки учебного материала в рамках учебной (условной) коммуникации;
- 3) речевые упражнения – тип упражнений, используемый для развития умений говорения.

10. Проект

Проект – это самостоятельное, развернутое решение обучающимся или группой обучающихся какой-либо проблемы научно-исследовательского, творческого или практического характера.

Этапы в создании проектов.

1. Выбор проблемы.
2. Постановка целей.
3. Постановка задач (подцелей).
4. Информационная подготовка.
5. Образование творческих групп (по желанию).
6. Внутригрупповая или индивидуальная работа.
7. Внутригрупповая дискуссия.
8. Общественная презентация – защита проекта.

11. Аудирование

Аудирование используется для контроля понимания устной речи на слух.

Задания на аудирование включают в себя:

1. Задания, предшествующие прослушиванию (составление коллокаций из предложенного лексического материала; снятие сложностей путем перевода незнакомых лексических единиц; построение предположений о том, какова будет тема аудирования).
2. Задания, выполняемые во время прослушивания (поиск ответа на вопрос, заполнение пропусков, сопоставление говорящего с высказыванием; воссоздание правильного порядка предложений высказывания; определение истинности или ложности высказывания);
3. Задания, выполняемые после прослушивания (обсуждение ответов на вопросы; пересказ/ составление диалога по аналогии с предложенным фрагментом).

Перед аудированием необходимо сконцентрироваться на поставленных задачах. Вам помогут следующие вопросы: Что я знаю о содержании текста на основе сформулированных заданий? К каким аспектам мне необходимо делать записи? Какую информацию я ожидаю услышать в тексте? Во время прослушивания необходимо определить ситуацию и узнать кто говорит, где находятся говорящие и о чём идёт речь. После прослушивания важно закрепить результаты прослушивания и дополнить записи новыми деталями содержания, сформулировать ключевые слова и выражения в высказывания, которые соответствуют содержанию, дополнить информацию, которую не удалось понять с первого раза. Часто, зная тип текста, можно предположить, какие темы затрагиваются в нём. Об этом могут сообщить вам как тип текста, так и его название. Как и при чтении, ключевые слова важны для понимания содержания текста, поскольку именно они несут наибольшую смысловую нагрузку и чаще всего повторяются в тексте. Ключевые слова обычно:

- стоят в начале текста;
- находятся под смысловым ударением;
- повторяются многократно;
- могут заменяться синонимами.

При прослушивании сложных текстов часто происходит так, что вы не можете понять отдельные слова и выражения. Эти "пробелы" необходимо попытаться восполнить. Это удаётся сделать, если вам знаком контекст и ситуация, в которой находятся говорящие.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1. Дифференцированное обучение (технология уровневой дифференциации)
2. Развивающее обучение
3. Проектные технологии
4. Цифровые технологии обучения
5. Проблемное обучение
6. Кейс-технологии
7. Технология развития критического мышления
8. Игровые технологии

8. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ

1. компьютерный класс – аудитория для самостоятельной работы
2. учебная аудитория для семинарских, практических занятий
3. Лицензионное программное обеспечение:
 - Операционная система Windows 10/«Альт Образование» 11
 - Microsoft Office Professional Plus/LibreOffice
 - Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition
 - Справочная правовая система Консультант плюс
 - 7-zip/Менеджер архивов
 - Adobe Acrobat Reader DC/Просмотрщик pdf и djvu-документов
 - Интернет-браузер
 - K-Lite Codec Pack
 - Звуковой редактор Audacity
4. Специализированное оборудование и технические средства обучения: