

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**(Финуниверситет)**

**Департамент языковой подготовки**

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор



М.А. Эскиндаров

«16» ноября 2019 г.

**И.И. Климова, Д.Г. Васьбиева, О.А. Калугина**

**ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм»,  
профили «Международный и национальный туризм»  
очная, очно-заочная формы обучения

*Рекомендовано Учёным советом*

*факультета Международных экономических отношений и Международного финансового факультета*

*(Протокол № 34 от 19 ноября 2019)*

*Одобрено советом Департамента языковой подготовки*

*(Протокол № 37 от 30 октября 2019г.)*

**Москва**

**УДК 81 (073)**

**ББК 81.2**

**К49**

Рецензенты:

**Широких А.Ю.**, к.фил.н., доцент, заместитель по учебно-методической работе Департамента языковой подготовки Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

**Иванова Ю.О.**, к.э.н., заместитель декана факультет Международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса по учебной и воспитательной работе Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

**И.И. Климова, Д.Г. Васьбиева, О.А. Калугина**

Иностранный язык в профессиональной сфере: Рабочая программа для студентов 2и 3 курсов, обучающихся по направлению «Туризм», профили «Международный и национальный туризм», (программа подготовки бакалавров) – М.: Финуниверситет, Департамент языковой подготовки, 2019. – 45с.

Рабочая программа содержит наименование дисциплины, перечень планируемых результатов обучения, место дисциплины в структуре ОП, объем и содержание дисциплины, учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся, фонд оценочных средств, перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», методические указания для обучающихся, перечень информационных технологий, описание материально-технической базы.

*Учебное издание*

## **ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

Компьютерный набор, верстка О.А. Калугина

Формат 60x90/16. Гарнитура *TimesNewRoman*

Усл. п.л. \_\_\_ Изд. \_\_\_ 2019 Тираж \_\_\_ экз.

Отпечатано в Финуниверситете

© Коллектив авторов, 2019

© Финансовый университет, 2019

## Содержание

1. Наименование дисциплины .....	4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине .....	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	7
4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся .....	7
5.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий..	8
5.1. Содержание дисциплины.....	8
5.2. Учебно-тематический план .....	10
5.3 Содержание семинаров, практических занятий .....	12
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	13
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	18
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....	31
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:.....	33
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .	37
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем .....	45
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	45

## 1. Наименование дисциплины

«Иностранный язык в профессиональной сфере»

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции <sup>1</sup>	Результаты обучения (владения <sup>2</sup> , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
УК-3	способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном, для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности	1. Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации. 2. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии. 3. Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на	<b>1. Знать</b> - значения изученных лексических единиц, обслуживающих ситуации межличностного и межкультурного общения в сферах деятельности, предусмотренной направлениями подготовки «Экономика» и «Менеджмент» <b>Уметь</b> - письменно и в устной форме реализовывать коммуникативные намерения (информирование, предложение, запрос, побуждение к действию, просьба, (не)согласие, отказ, извинение, благодарность) <b>2. Знать</b> - формы и виды ИКТ - приемы публичной речи и дискурса на иностранном языке <b>Уметь</b> - реализовывать на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные ИКТ <b>3. Знать</b> - приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке <b>Уметь</b> - подготовить и представить презентацию на иностранном языке

<sup>1</sup> Заполняется при реализации актуализированных ОС ВОФУ и ФГОС ВО3++

<sup>2</sup> Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

		<p>иностранном языке.</p> <p>4. Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.</p> <p>5. Умеет грамотно и эффективно пользоваться иноязычными источниками информации.</p> <p>6. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.</p>	<p>- - сообщать информацию на основе прочитанного текста в форме подготовленного монологического высказывания;</p> <p>- понимать информацию при чтении учебной и справочной литературы в соответствии с конкретной целью;</p> <p><b>4. Знать</b></p> <p>- основные нормы социального поведения и речевой этикет, принятые в стране изучаемого языка</p> <p>- правила коммуникативного поведения в ситуациях межкультурного профессионального общения</p> <p><b>Уметь</b></p> <p>- осуществлять устную коммуникацию в монологической и диалогической формах в ситуациях научного и профессионального обмена информацией</p> <p>- использовать этикетные формы научного и профессионального общения</p> <p>- понимать взаимосвязь интонационного оформления и коммуникативного намерения.</p> <p><b>5. Знать</b></p> <p>- методы научно-исследовательской деятельности;</p> <p>- способы организации исследовательской работы.</p> <p><b>Уметь</b></p> <p>- анализировать и оценивать достижения современной фундаментальной прикладной науки,</p> <p>- понимать, интерпретировать устные и письменные аутентичные источники информации</p> <p>- - грамотно и эффективно пользоваться иноязычными источниками информации.</p> <p><b>6. Знать</b></p> <p>- грамматические явления и структуры, используемые в устном и письменном общении</p> <p>- принципы продуцирования письменных речевых произведений в соответствии с коммуникативной задачей</p> <p><b>Уметь</b></p> <p>- презентовать на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей</p>
ПКН-1	Способность принимать и применять и технологические новации и современное программное	1. Использует современные технологии в процессе разработки продуктов и услуг,	<p><b>1. Знать</b></p> <p>- основные современные технологии в процессе разработки продуктов и услуг, туристических маршрутов, направлений, и программ развития туризма и гостеприимства, обслуживания клиентов, включая электронную коммерцию.</p> <p><b>Уметь</b></p>

	<p>обеспечение при решении профессиональных задач в туристической индустрии</p>	<p>туристических маршрутов, направлений, и программ развития туризма и гостеприимства, обслуживания клиентов, включая электронную коммерцию.</p> <p>2. Применяет комплекс экскурсионных технологий, включая методическое обеспечение, разработку, тестирование, проведение и оценку эффективности экскурсионных мероприятий.</p> <p>3. Демонстрирует знания технологической документации экономических, финансовых, маркетинговых служб туристических организаций.</p>	<p>- использовать современные технологии в процессе презентации продуктов и услуг, туристических маршрутов, направлений, и программ развития туризма и гостеприимства, обслуживания клиентов, включая электронную коммерцию.</p> <p><b>2. Знать</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приёмы работы с клиентами</li> <li>- принципы составления анкет на иностранном языке по оценке эффективности экскурсионных мероприятий.</li> </ul> <p><b>Уметь</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общаться с клиентами с целью выявления качества экскурсионных мероприятий;</li> <li>- составлять анкеты на иностранном языке по оценке эффективности экскурсионных мероприятий.</li> </ul> <p><b>3. Знать</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы оформления технологической документации экономических, финансовых, маркетинговых служб туристических организаций.</li> </ul> <p><b>Уметь</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оформлять технологическую документацию экономических, финансовых, маркетинговых служб туристических организаций на иностранном языке.</li> </ul>
ПКН-2	<p>Способность осуществлять основные функции управления туристической деятельностью, находить решение задач в условиях реально функционирующ</p>	<p>1. Обосновывает выбор управленческих решений с учетом факторов риска в условиях неопределенности.</p>	<p><b>1. Знать</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- терминологию при обосновании выбора управленческих решений;</li> <li>- факторы риска в условиях реально функционирующих туристических предприятий;</li> <li>- основные функции управления туристической деятельностью.</li> </ul> <p><b>Уметь</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать терминологию при обосновании выбора управленческих решений;</li> </ul>

их туристических предприятий	<p>2. Использует эффективные методы управления бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства.</p> <p>3. Принимает тактические управленческие решения в процессе координации и контроля деятельности функциональных подразделений организации туристской индустрии.</p>		<p>- анализировать и принимать управленческие решения с учетом факторов риска в условиях неопределенности.</p> <p><b>2.Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы командной работы</li> <li>- методы управления бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства.</li> </ul> <p><b>Уметь</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работать в группе</li> <li>- управлять бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства.</li> </ul> <p><b>3. Знать</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные функции управления туристской деятельностью.</li> </ul> <p><b>Уметь</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- координировать деятельность функциональных подразделений организации туристской индустрии;</li> <li>- осуществлять контроль за работой туристических предприятий.</li> </ul>
------------------------------	---	--	--

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» относится к модулю дисциплин, инвариантных для направления подготовки, отражающих специфику ВУЗа.

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Очная/ очно-заочная формы обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 4 (в часах)	Семестр 5 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	5з.е. 180/180	108/108	72/72

<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	102/68	68/34	34/34
<i>Лекции</i>	-	-	-
<i>Семинары, практические занятия</i>	102/68	68/34	34/34
<b>Самостоятельная работа</b>	78/112	40/74	38/38
<i>Вид текущего контроля</i>	Контрольная работа	Контрольная работа	Контрольная работа
<i>Вид промежуточной аттестации</i>	Зачет, экзамен	Зачет	Экзамен

## **5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий**

### **5.1. Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Профессиональная карьера в сфере индустрии туризма**

Трудоустройство: Интервью, написание мотивационного письма, написание резюме. Сфера профессиональной деятельности, должностные обязанности.

#### **Тема 2. Туристический бизнес и туристические продукты**

Правила открытия туристического бизнеса. Перспективы развития. Деятельность туроператора. Туристические продукты.

#### **Тема 3. Организация деятельности в индустрии туризма и гостеприимства**

Туристические продукты и терминология; технология продаж туров; отношения с потребителем. Туризм и транспорт.

#### **Тема 4. Современные виды туризма. Стратегии, проблемы и перспективы развития экотуризма.**

Экстремальный туризм, агротуризм, пеший туризм, культурный туризм, гастрономический туризм, этнотуризм, мрачный туризм, военный туризм,



экологически безопасный туризм, медицинский туризм, морской туризм, спортивный туризм, религиозный туризм, космический туризм, волонтуризм, туризм в природе

### **Тема 5. Менеджмент в индустрии туризма и гостиничного бизнеса**

Важность выдающегося гостиничного менеджмента. Привлечение клиентов. Система управления и рейтинга отелей

### **Тема 6. Реклама в индустрии туризма и гостеприимства**

Определение понятия «реклама». Виды и методы рекламы. Турпродукт как объект рекламы. Определение понятий «брэнд», «брендинг», «ребрендинг» на примере туркомпаний.

### **Тема 7. Экономические закономерности функционирования и развития туристической индустрии**

Основы экономики как науки. Экономика как система. Экономические проблемы развития туристского бизнеса в различных странах. Анализ статистики развития отрасли и отдельных предприятий в России и за рубежом.

### **Тема 8. Международные туристические организации и их деятельность**

Всемирная туристическая организация: цели и задачи, принципы функционирования, организационная структура. Туристические организации в различных странах.

### **Тема 9. Развитие сферы туризма в эпоху глобализации**

Глобализация как социально-экономическое явление. Роль глобализации в развитии туристической индустрии и гостиничного бизнеса. Проблемы и перспективы.

## 5.2. Учебно-тематический план

Очная/очно-заочная форма

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Самостояте льная работа	Формы теку- щего контроля успева- емости
		Всего	Аудиторная работа					
			Обща я, в т.ч.:	Л е к ц и и	Семинар ы, практич еские занятия	Заня тия в инте рак- тивн ых фор мах		
1.	Профессиональная карьера в сфере индустрии туризма	20	10/4	-	10/4	6/4	10/16	Написани е CV, cover letter
2.	Туристический бизнес и туристические продукты	20	10/6	-	10/6	6/2	10/14	Тест, ролевая игра «A travel agent»
3.	Организация деятельности в индустрии туризма и гостеприимства	20	12/6	-	12/6	6/2	8/14	Ролевая игра «Selling the customer a perfect holiday»
4.	Современные виды туризма. Стратегии, проблемы и перспективы развития экотуризма	20	12/6	-	12/6	6/2	8/14	Словарны й диктант, ролевая игра«They come, they photograp h, but don't help': how ecotourism in the Amazon shortchang es the locals»
5.	Менеджмент в индустрии туризма и гостиничного бизнеса	20	12/6	-	12/6	6/2	8/14	Обзор статьи «Why sustainable

								tourism is the travel industry's duty»
6.	Реклама в индустрии туризма и гостеприимства	20	12/6	-	12/6	6/2	8/14	Тест, презентация
7.	Экономические закономерности функционирования и развития туристической индустрии	20	10/10		10/10	6/6	10/10	Групповая презентация «Tourism economy of the Russian Federation»
8.	Международные туристические организации и их деятельность.	20	12/12	-	12/12	6/6	8/8	Круглый стол «Different international tourism organizations»
9.	Развитие сферы туризма в эпоху глобализации	20	12/12	-	12/12	6/6	8/8	Ролевая игра «The advantages and disadvantages of technology usage in tourism industry»
	В целом по дисциплине	<b>180</b>	<b>102/68</b>	-	<b>102/68</b>	<b>54/32</b>	<b>78/112</b>	Согласно учебному плану : две контрольные работы
	Итого в %					<b>52% / 47%</b>		

### 5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
<b>Тема 1</b> Профессиональная карьера в сфере индустрии туризма	Трудоустройство: Интервью, написание мотивационного письма, написание резюме. Сфера профессиональной деятельности, должностные обязанности. <b>Рекомендуемые источники из разделов 8.1,8.4, 8.7, 9.1.</b>	практические занятия
<b>Тема 2</b> Туристический бизнес и туристические продукты	Правила открытия туристического бизнеса. Перспективы развития. Деятельность туроператора. Туристические продукты. <b>Рекомендуемые источники из разделов 8.1,8.5, 8.7, 9.2.</b>	практические занятия
<b>Тема 3</b> Организация деятельности в индустрии туризма и гостеприимства	Туристические продукты и терминология; технология продаж туров; отношения с потребителем. Туризм и транспорт. <b>Рекомендуемые источники из разделов 8.2,8.6, 8.7, 9.3.</b>	практические занятия
<b>Тема 4</b> Современные виды туризма. Стратегии, проблемы и перспективы развития экотуризма	Экстремальный туризм, агротуризм, пеший туризм, культурный туризм, гастрономический туризм, этнотуризм, мрачный туризм, военный туризм, экологически безопасный туризм, медицинский туризм, морской туризм, спортивный туризм, религиозный туризм, космический туризм, волонтуризм, туризм в природе <b>Рекомендуемые источники из разделов 8.1, 8.2,8.5, 8.7, 9.4.</b>	
<b>Тема 5</b> Менеджмент в индустрии туризма и гостиничного бизнеса	Важность выдающегося гостиничного менеджмента. Привлечение клиентов. Система управления и рейтинга отелей <b>Рекомендуемые источники из разделов 8.1, 8.6, 8.7</b>	практические занятия
<b>Тема 6</b> Реклама в индустрии туризма и гостеприимства	Определение понятия «реклама» и «продвижение». Виды и методы рекламы. Турпродукт как объект рекламы. Определение понятий «бренд», «брендинг», «ребрендинг» на примере туркомпаний. <b>Рекомендуемые источники из разделов 8.3, 8.5.,8.7., 9.5, 9.10</b>	практические занятия
<b>Тема 7</b> Экономические закономерности функционирования и развития туристической индустрии	Основы экономики как науки. Экономика как система. Экономические проблемы развития туристского бизнеса в различных странах. Анализ статистики развития отрасли и отдельных предприятий в России и за рубежом. <b>Рекомендуемые источники из разделов 8.3, 8.5, 8.7, 9.6, 9.9</b>	практические занятия
<b>Тема 8</b>	Всемирная туристическая организация: цели и задачи, принципы функционирования,	практические занятия

Международные туристические организации и их деятельность.	организационная структура. Туристические организации в различных странах. <b>Рекомендуемые источники из разделов 8.3, 8.7, 9.8</b>	
<b>Тема 9</b> Развитие сферы туризма в эпоху глобализации	Глобализация как социально-экономическое явление. Роль глобализации в развитии туристической и гостиничного бизнеса. Проблемы и перспективы. <b>Рекомендуемые источники из разделов 8.3, 8.7., 9.7</b>	практические занятия

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

### 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
<b>Тема 1</b> Профессиональная карьера в сфере индустрии туризма	Актуальные предложения работодателей, их требования к начинающим соискателям.	<p><b>обязательная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. выполнение заданий, предусмотренных в учебных пособиях;</li> <li>2. выполнение лексико-грамматических заданий, представленных в печатном виде;</li> <li>3. работа с мультимедийными средствами</li> <li>4. перевод учебных текстов в рамках пройденной тематики.</li> </ol> <p><b>индивидуальная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. работа с использованием оригинальных источников (прослушивание аудиоматериала);</li> <li>2. подготовка ролевых игр</li> <li>3. написание деловых писем</li> <li>4. работа с интернет ресурсами</li> </ol> <p><b>внеаудиторная самостоятельная работа:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. подготовка монологических и диалогических высказываний;</li> <li>2. подготовка ролевых игр и презентаций по теме;</li> <li>3. выполнение домашнего задания по теме;</li> <li>4. работа с системой обучения иностранным языкам RosettaStone @Advantage</li> <li>5. описание графика</li> <li>6. подготовка диалога-обмена мнениями о важнейших тенденциях в туризме в России и за рубежом.</li> </ol>
<b>Тема 2</b> Туристический бизнес и туристические продукты	Индивидуальный турпродукт, массовый турпродукт	
<b>Тема 3</b> Организация деятельности в индустрии туризма и гостеприимства	Предоставление услуг клиентам	
<b>Тема 4</b> Современные виды туризма. Стратегии, проблемы и перспективы развития экотуризма	Деловой или бизнес-туризм, обучающий (образовательный) туризм, маунтинбайкинг	
<b>Тема 5</b> Менеджмент в индустрии туризма и гостиничного бизнеса	Методы управления в туристской индустрии	
<b>Тема 6</b> Реклама в индустрии туризма и гостеприимства	Определение понятий «бренд», «брендинг», «ребрендинг» на примере туркомпаний.	
<b>Тема 7</b>	Анализ статистики развития отрасли и	

Экономические закономерности функционирования и развития туристической индустрии	отдельных предприятий в России и за рубежом.	
<b>Тема 8</b> Международные туристические организации и их деятельность.	Туристические организации в различных странах.	
<b>Тема 9</b> Развитие сферы туризма в эпоху глобализации	Роль глобализации в развитии туристической индустрии. Проблемы и перспективы.	

## 6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

### Примеры тестовых заданий (знания)

1. Дайте определение понятию (термину).
2. Подберите термин (слово) к определению.
3. Дайте русские эквиваленты словам/словосочетаниям на иностранном языке.
4. Дайте эквиваленты на иностранном языке словам/словосочетаниям на русском языке.
5. Заполните пропуск правильным, на Ваш взгляд, вариантом ответа.

### Ситуационные задания, отдельные проблемные вопросы или задания (умения, владения)

1. Поддержите или опровергните утверждение.
2. Прокомментируйте следующее высказывание.
3. Разверните тезис.
4. Опишите достоинства и недостатки.
5. Передайте содержание на иностранном языке.
6. Кратко изложите содержание изученной темы (устно).
7. Кратко изложите содержание изученной темы (письменно).
8. Разыграйте по ролям предложенную ситуацию.
9. Напишите и сделайте доклад по предложенной теме.
10. Сделайте презентацию на тему.
11. Напишите письмо.
12. Напишите эссе по предложенной теме.

### *Структура контрольной работы*

Контрольная работа		
Аудирование Макс.-36.	Лексико-грамматический тест	Письмо Макс. – 36.

**LISTENING**

*Listen to a woman reserving a hotel room over the phone and answer the questions.*

1. What's the name of the hotel where the caller would like to make a booking?
2. What room did they stay in when they came last time?
3. Why is the room slightly more expensive?
4. What important occasion would the guests like to celebrate?

*Listen again and complete Ann Herridge's booking.*

<b>Booking:</b> From _____ (5)	<b>Nights:</b> _____ (6)
<b>Room:</b> Type _____ (7)	<b>Credit card number:</b> _____ (10)
Rate _____ (8)	
Extras _____ (9)	

**READING**

*Read the text and mark the statements as T/F/NM.*

### Travel and tourism

Travel and tourism provide services of all types for both inbound and outbound travellers, and have become one of the world's fastest growing industries. International travel and tourism are the world's largest export earner and an important factor in the balance of payments of most nations. The market is increasingly diverse, covering not only traditional sunshine tourism and business trips but also many new types of travel that have developed in recent years. Tourism has become one of the world's most important sources of employment. It covers a wide range of jobs, including all branches of the travel industry, hospitality in hotels and restaurants, entertainment and recreation, as well as the tourist attractions in a particular region. Areas of work include Tour Operators, Travel Agencies, Tourist Boards and Tourist Information Centres, Transport Companies, Tour Guides, Tourist Attractions.

Tour Operators organise hotel bookings, flights, transfer arrangements and sell the tour as a package, either direct to the public or through a travel agency. They employ Representatives or Couriers to look after tourists. The couriers make sure that the travel arrangements run smoothly and deal with problems and emergencies as they happen. An important part of this job is liaison with

coach drivers, ferry staff, customs and immigration officers, and with hotel staff at stopovers about accommodation and meals. They organise social activities, suggest excursions and give commentaries when travelling. Their work is usually seasonal. Hours are long and they spend most of the trip in the company of clients.

Tourist Boards promote tourism in their area through marketing and publicity. They monitor the standards of accommodation and tourist attractions, keep statistical information and assess future trends. Tourist Information Centre Assistants give visitors up-to-date information about places of interest in the

area. They advise on places to stay and eat, forthcoming events and local transport details. The work involves dealing with personal callers, telephone enquiries and letters. Some jobs may be seasonal. Transport Companies provide the means of transport for passengers, i.e. aircraft, coaches, ships, car hire and trains. They need a wide range of staff, e.g. drivers, stewards and stewardesses, guides, behind-the-scenes service staff, etc.

- 11. For many countries tourism is an important source of income. \_\_\_
- 12. It's important for the couriers to part with ferry staff, customs and immigration officers, coach drivers, and with hotel staff at stopovers about accommodation and meals. \_\_\_
- 13. The mission of Tourist Boards is to make bookings for visitors. \_\_\_
- 14. Part of the job of Tourist Boards is to keep a check on standards and prepare statistical data. \_\_\_
- 15. Transport companies employ many different kinds of people from different countries. \_\_\_

## GRAMMAR

*Choose the correct option to complete the sentences below.*

- 16. ... responsibility is to supervise the hotel staff? – Smith's.  
A What                                      C Whose  
B Which                                     D Whom
- 17. In many ways tourism industry ... over time.  
A changed                                C had changed  
B has changed                            D has been changed
- 18. I ... in the tour operator business for 10 years. Now I am a business development manager.  
A work                                      C have worked  
B has worked                              D worked
- 19. We ... in Madrid on 15<sup>th</sup> April.  
A are staying                              C stay  
B will stay                                 D are going stay
- 20. You ... a room in the hotel. We have a free room.  
A needn't book                            C don't need have booked  
B don't need book                        D needn't have booked
- 21. She ... to over 20 countries in four years.  
A must travelled                         C must to have travelled  
B should travelled                       D must have travelled
- 22. Can you tell me how ..., Mrs Black? – American express.  
A you will be paying                    C will you pay  
B will you be paying                    D are you paying
- 23. It's a bit cold in the lobby. I ... the window.  
A go and close                            C will go and close  
B am going and closing                D will be going and closing
- 24. It was silly to leave your mobile in the hotel room. It ....  
A would have been stolen             C must have been stolen  
B could have been stolen             D should have been stolen



25. Your train ... at 9.30 from the Central railway station.

- A will leave
- B is leaving

- C leaves
- D is going to leave

**VOCABULARY**

*Complete the text with the right form of the words given in the right-hand column.*

<p>Tourist guides often work (26) ....., that is to say they work independently and offer their services to more than one (27) ....., or else they are employed full-time by tour operators or other organisations to take groups to various destinations or on sightseeing tours. Most guides offer specialist knowledge of a particular subject e.g. local history or architecture. Many tourist (28) ..... such as museums, art galleries, theme parks like Disneyland, folk parks and visitor centres employ guides. On this side of the industry many other opportunities exist: (29) ..... - dealing with admissions, (30) ..... from the public and the souvenir shop.</p> <p>Warden - in direct contact with the public, looking after audio-visual presentations and responsible for the (31) ..... of the exhibitions.</p> <p>Craftsperson - responsible for restoration and ongoing repairs.</p> <p>Grounds Staff - looking after the grounds and gardens.</p> <p>Curators - specialists in a given field, for example textiles, buildings, furniture, paintings and so on.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>freelancer</li> <li>employment</li> <li>attract</li> <li>Reception</li> <li>enquire</li> <li>safe</li> </ul>
--	---

*Translate the following words and phrases from Russian into English.*

- 32 туристическая поездка по индивидуальной программе
- 33 комментарии со всеми подробностями (без прикрас, как есть)
- 34 организованная туристическая поездка
- 35 турагент
- 36 бронирование гостиничных номеров
- 37 полёт по расписанию

*Explain the following terms.*

- 38 tourist
- 39 tour
- 40 guided tour

*Match the terms with the definitions.*

41 conference consultant	a) a person or company which creates and/or markets inclusive tours and subcontracts with suppliers to create a package.
42 travel sales consultant	b) the job involves booking package tours, making hotel reservations and arranging car hire as well as designing individual holidays for independent travellers
43 resort rep	c) a dynamic event management organisation which provides exciting, creative and affordable solutions for conferences and exhibitions
44 night auditor	d) the job involves reporting to the Front Office Manager, being skilled at supervising staff, handling guest queries and complaints, maximizing room occupancy and producing the daily business figures

45 tour operator	e) is enthusiastic, energetic, possesses excellent communication skills and is good at dealing with emergencies and making decisions on their own
------------------	---

## WRITING 46-50

*Write a cover letter for the vacancy advertised below. Write at least 120 words and leave a few minutes to check what you have written.*

***DO YOU WANT TO WORK FOR A MAJOR PLAYER IN THE TRAVEL INDUSTRY?***

*GLOBAL TOURS is currently seeking to recruit a number of recently qualified and/or experienced travel professionals to work in a variety of locations. Vacancies in reservations, sales, hotel and catering and holiday villages. Candidates should speak English and possess excellent interpersonal skills. Motivating salary for the right people.*

## Answer Key

<p><b>Listening</b></p> <p>1. King James Hotel</p> <p>2. They stayed in a room at the back of the hotel overlooking the park.</p> <p>3. It's got the same view and a balcony.</p> <p>4. Wedding anniversary</p> <p>5. 15 July-17 July</p> <p>6. 2/two</p> <p>7. Double</p> <p>8. £110 per person</p> <p>9. A bottle of champagne</p> <p>10. 4999 1825 6857 6238</p> <p>11. T</p> <p>12. F</p> <p>13. F</p> <p>14. NM</p> <p>15. NM</p> <p>16. C</p> <p>17. B</p> <p>18. D</p> <p>19. A</p> <p>20. D</p> <p>21. D</p> <p>22. A</p> <p>23. C</p> <p>24. B</p> <p>25. C</p>	<p>26 freelance</p> <p>27 employer</p> <p>28 attractions</p> <p>29 Receptionist</p> <p>30 enquiries</p> <p>31 safety</p> <p>32 tailor-made holidays</p> <p>33 warts-and-all reviews</p> <p>34 package holiday</p> <p>35 travel agent</p> <p>36 hotel booking</p> <p>37 scheduled flight</p> <p>38 tourist: anyone who spends at least one night away from home, no matter what the purpose</p> <p>39 tour: any pre-arranged journey to one or more destinations</p> <p>40 guided tour: a local sightseeing trip conducted by a guide</p> <p>41 c</p> <p>42 b</p> <p>43 e</p> <p>44 d</p> <p>45 a</p>
--	--

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

Перечень компетенций и их структура в виде знаний, умений и навыков содержатся в разделе 2 «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.

### 4 семестр

## Зачет

### Вопросы для подготовки к зачету:

тема 1, тема 2, тема 3, тема 4, тема 5, тема 6 данной рабочей программы

### Структура зачета:

1. Прослушивание текста по пройденной тематике и выполнение заданий на понимание содержания (20 баллов).
2. Написание CV/cover letter (20) баллов.
3. Выполнение практико-ориентированного задания. (20 баллов).

### Образцы для подготовки к зачету

#### Listening

*Listen to the track devoted to Ecotourism and fill in the gaps. Use no more than THREE words.*

<i>Names for the new forms of tourism</i>	<i>Functions of ecotourism</i>	<i>Basic rules</i>
(1) ... tourism (2)... tourism (3)... tourism (4)... tourism (5)... tourism (6)... tourism	<ul style="list-style-type: none"><li>• conserve (1)... and culture of the area</li><li>• benefit the local people and involve the (2) ...</li><li>• be ... (3), that is make a profit without destroying natural resources</li><li>• provide ... (4) that tourists want to pay for.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Be prepared. Learn about the place that you're going to (1)....</li><li>• Have respect for (2)....</li><li>• Don't (3) .... If the area doesn't have much water, don't take two showers every day.</li><li>• Remember the phrase "Leave nothing behind you (4)... and take nothing away except photographs."</li><li>• Walk or use other (5)... of transport whenever you can.</li><li>• Be (6)... and keep a sense of humour when things go wrong.</li></ul>

#### Writing

*Read the advertisement from the website <https://jobs.theguardian.com> and write a CV*

**Travel Lovers Wanted!** Are you crazy about Chile? Passionate about Peru? Mad about Macau? Awestruck about Australia? Most importantly, could you share your travel fanaticism with others? If yes, we are looking for you! **Flight Centre** in **Hampstead** is on the hunt for enthusiastic, travel-hungry Travel Consultants to help sell our incredible globetrotting experiences to customers of all ages and personalities.

**The Job**  
Our consultants **love travel** and are motivated about **succeeding in sales**, so your most important duty as a Travel Consultant will be to convey that eagerness to your customers - and with gusto! To prepare

you for this thrilling task, all our Travel Consultants **receive 3 weeks of training**, learning about our diverse planet, tourism, aviation and all the exciting destinations we offer. From then on you'll be in complete control of your career and that all-important salary.

We know our Travel Consultants are the best in the industry, which is why we give them the opportunity to earn an uncapped salary. When you begin, you'll earn **£20K-£28K**, however some of our experienced Travel Consultants earn in excess of £50K a year!

### **The Perks**

Flight Centre Travel Group prides itself on being one of the world's largest and most successful independent travel retailers. We are talking **around 2,000 stores across a dozen countries** including Australia, New Zealand, USA, Canada and more including the UK. We hire a lot of like-minded people to make our travel machine work, and we strongly believe that our workforce is what has made Flight Centre so successful. That is why we pass on as many benefits as possible to our dedicated staff, and why we are *officially* one of the **12 Best Places to Work in the UK** (according to the **Great Place to Work® Institute 2019**).

**Here are just a few of the perks successful Travel Consultants can take advantage of:**

- Discounted travel and fam trips to worldwide destinations
- Free fun social events including awards and recognition evenings
- Free financial guidance
- Free health advice, health cash plan and discounted gym memberships
- Active Hour every week an hour to exercise during your shift
- Career progression and leadership opportunities
- Travel Consultant Apprenticeship Standard Level 3 training and certification
- Cycle to work scheme, discounted massages and much more...

### **The Fine Print**

We only ask for a few things in exchange for these fantastic incentives and getting the chance to take on this challenging role. You should ideally have:

- An unbridled passion for travel
- Some sales experience
- Strong communication skills
- A warm, enthusiastic manner
- A willingness to work weekends

Sound like you? Well what are you waiting for? Start your incredible travel journey with us today by clicking apply and filling in our application form.

*We are an equal opportunities employer and welcome applications from all suitably qualified persons regardless of their race, sex, disability, religion/belief, sexual orientation or age.*

Выполните ситуативное задание: «You are a hotel inspector. You are discussing official hotel classification schemes with your colleagues, which rate hotels from one-star to five – star. Present the differences between a typical one, three-star, and five-star hotel».

**5 семестр**

**Экзамен**

## **Вопросы для подготовки к экзамену:**

Английский язык: тема 7, тема 8, тема 9 данной рабочей программы.

## **Структура экзамена:**

### **Письменная часть:**

1. Аудирование: выполнение заданий на основе прослушанного текста (10 баллов).
2. Лексико-грамматический (40 заданий, включая оформление письменного высказывания по заданной теме.) (20 баллов).

### **Устная часть**

- 1) Реферирование текста по пройденной тематике (без словаря), объемом 2000-2500 печатных знаков. Беседа с преподавателем по содержанию текста и затронутым в нем проблемам (15 баллов).
- 2) Ситуативное задание по пройденной тематике (развернуть предложенный тезис с выражением своего отношения, оценки, аргументацией) (15 баллов).

**Типовые контрольные задания необходимые для оценки индикаторов  
достижения компетенций, умений и знаний**

<p align="center"><b><u>Компетенция</u></b></p> <p align="center"><b><u>Индикаторы</u></b></p>	<p align="center"><b><u>типовые задания</u></b></p>
<p><b><u>УК-3</u></b></p> <p>Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности</p> <p><b>Индикаторы</b></p> <p>1.Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.</p> <p>2.Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии.</p> <p>3. Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.</p> <p>4.Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета</p>	<p align="center"><b>Примеры заданий</b></p> <p><b>LISTENING</b></p> <p><i>Listen to a part of the lecture about tourism and the leisure industry. Complete the extract.</i></p> <p align="center"><b>Doxey’s “Irridex” model of tourism</b></p> <p align="center"><b>“Euphoria”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• tourists seen as a <b>1</b>..... and welcomed</li> <li>• tourism could bring chance of <b>2</b> .....</li> </ul> <p align="center"><b>“Apathy”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• interest become “sectionalised”</li> <li>• contacts tend to be <b>3</b> .....</li> </ul> <p align="center"><b>“Annoyance”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• problems caused by overdevelopment and <b>4</b> .....</li> <li>• policy makers attempt solutions by increasing infrastructure</li> </ul> <p align="center"><b>“Antogonism”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• open hostility to tourists</li> <li>• tourists blamed for changes to <b>5</b> .....</li> </ul> <p><i>Listen again and answer the questions.</i></p> <p><b>6.</b> Why has Doxey’s model been criticized?</p> <p><b>7.</b> How are the relationships between local people and tourists like in practice?</p> <p><b>8.</b> What benefit may tourism give to tourists?</p> <p><b>9.</b> How may tourism help women?</p> <p><b>10.</b> How may those working in the tourist industry be encouraged to acquire new languages?</p> <p><b>READING</b></p> <p><i>Read the text and mark the statements as T/F/NM.</i></p> <p align="center"><b>Impact of Tourism on Globalization</b></p> <p>Tourism acts as a global force — for peace, for cultural homogenization, for commodifying cultures, and for shaping the way we see the world.</p> <p><i>Tourism as a Force for Peace</i></p> <p>In the 1980s, a popular hypothesis was that tourism supported global peace by allowing travellers to learn about other cultures and meet people from other nations, as well as offering benefits accrued from international business. Peace is an obvious requirement for tourism if the industry is to be robust and sustainable.</p> <p><i>Tourism as Cultural Homogenizer</i></p> <p>Nevertheless, tourism does offer the opportunity to teach people about how to respect other</p>

<p>изучаемого иностранного языка.</p> <p>5. Умеет грамотно и эффективно пользоваться иноязычными источниками информации.</p> <p>6. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.</p>	<p>cultures. Some argue that globalization has a homogenizing effect on cultures, as Western values are spread through music, fashion, film, and food, rendering one culture indistinguishable from the next.</p> <p>Some beliefs and values, such as embracing equality and diversity, or the need to protect children from harm, should be shared around the world. In the context of tourism and travel, these two issues are significant. For instance, companies need to ensure that their human resource practices are consistent and fair throughout the world. Exploiting children for sex is illegal, punishable in both the country visited and the home country of the tourist; some airlines and hotels are actively involved in supporting the prohibition of child sex tourism. Travellers are expected not to deface heritage sites or take rare or endangered natural or cultural objects as souvenirs. Such regulations speak to the universality of certain values and beliefs, which we all are required to follow as global citizens.</p> <p><b><i>Tourism as Commodifier</i></b></p> <p>Another possible influence of tourism on globalization is the process of cultural commodification, which refers to the drive toward putting a monetary value on every aspect of culture, from buying a sculpture stolen from an ancient temple, to buying endangered objects such as ivory and coral.</p> <p>As one of the world’s largest industries, tourism impacts local, regional, and global economies. Resorts dot coastlines around the world and offer a welcome respite from colder climates to anyone wishing to experience a tropical beach, as well as the local culture and nature. While benefit comes to the community in the form of jobs, more often than not the larger share of the wealth leaks offshore. In response, local entrepreneurs and aid organizations have helped with initiatives that embrace local ownership in order for the wealth generated from tourism to stay in country. Community-based tourism, responsible tourism, and social entrepreneurship all aim to bring greater benefit to local communities.</p> <p><b><i>Tourism as a World View</i></b></p> <p>Tourism is also a major influence in how we see and understand the world. Keith Hollinshead (2006) refers to it as tourism world-making, or the way in which a place or culture is marketed and/or presented to tourists. Unlike local people, travellers experience a place for a few days, with limited knowledge of the culture and local way of life. Some visitors rely on available tourist information to make the most of the experience and to see the highlights. Others turn away and attempt to “go local” in search of the authentic experience with the belief that they can truly understand a place by avoiding the tourist sites.</p> <p><i>(Adapted from: <a href="https://opentextbc.ca/introtourism/chapter/chapter-14-back-to-the-big-picture-globalization-and-trends/">https://opentextbc.ca/introtourism/chapter/chapter-14-back-to-the-big-picture-globalization-and-trends/</a>)</i></p> <p>11. However, to date, there is little empirical evidence to support the claim that tourism fosters peace. ___</p> <p>12. Some people claim that globalization makes cultures similar, as Western values are spread through music, fashion, film, and food, rendering one culture indistinguishable from the next. ___</p> <p>13. Cultural commodification results in the degradation or devaluing of cultural values and beliefs. ___</p> <p>14. Local communities take in their arms the income generated from tourism to stay in country. ___</p> <p>15. It’s important for global citizens to follow regulations that speak to the universality of certain values and beliefs. ___</p> <p><b>VOCABULARY</b></p> <p><b><i>Match the terms with the definitions.</i></b></p>
---	--

<b>16</b> Airbnb (Air Bed and Breakfast)	<b>a)</b> the production of more kinds of products, an increase in the variety produced or offered by somebody
<b>17</b> personalization	<b>b)</b> a trusted community marketplace for people to list, discover, and book uni around the world – online or from a mobile phone
<b>18</b> crisis	<b>c)</b> an unstable or crucial time or state of affairs in which a decisive change i
<b>19</b> social media	<b>d)</b> expense, spending
<b>20</b> organisation	<b>e)</b> creation of custom tailored services (such as news pages on the web) or speci that meet the individual customer's particular needs or preferences
<b>21</b> economic growth	<b>f)</b> forms of electronic communication (as web sites for social network) working a through which users create online communities to share information, ideas, p and other content
<b>22</b> economic viability	<b>g)</b> a group of people, organizations, or places that are connected or that wor
<b>23</b> expenditure	<b>h)</b> economic feasibility i.e. it should be able to secure financing – whether fro commercial, or concessional sources – while having a positive impact on soci environment

*Choose the most suitable word to fill the gaps*

#### **Global Sustainable Tourism Criteria**

Sustainable tourism is on the rise: (24) \_\_\_\_\_ is growing, travel industry suppliers are developing new green programs, governments are creating new policies to encourage sustainable practices in (25) \_\_\_\_\_. But what does (26) \_\_\_\_\_ really mean? How can it be measured and credibly demonstrated, in order to build consumer confidence, promote business prosperity, (27) \_\_\_\_\_, and fight false claims?

The Global Sustainable Tourism Criteria are an effort to come to a common understanding of sustainable tourism, and are the minimum undertakings that any tourism management organization which wishes to be sustainable (28) \_\_\_\_\_. To satisfy the definition of sustainable tourism, destinations must take an interdisciplinary, holistic and integrative approach which includes four main objectives: to (i) demonstrate sustainable destination management; (ii) maximize social and economic benefits for the (29) \_\_\_\_\_ and minimize negative impacts; (iii) maximize benefits to communities, visitors and minimize impacts; and (iv) maximize benefits to the environment and minimize (30) \_\_\_\_\_. The criteria are designed to be used by all types and scales of destinations.

<b>24</b>	<b>A</b> consumer demand	<b>B</b> performance indicator	<b>C</b> sustainability	<b>D</b> destina
<b>25</b>	<b>A</b> travel	<b>B</b> flight	<b>C</b> toutism	<b>D</b> service
<b>26</b>	<b>A</b> management	<b>B</b> sustainable tourism	<b>C</b> travel agent	<b>D</b> guest
<b>27</b>	<b>A</b> foster community benefits	<b>B</b> community	<b>C</b> benefits	<b>D</b> foster
<b>28</b>	<b>A</b> to foster	<b>B</b> to aspire to reach	<b>C</b> to reach	<b>D</b> should
<b>29</b>	<b>A</b> tourism	<b>B</b> management	<b>C</b> local community	<b>D</b> hospita
<b>30</b>	<b>A</b> positive impacts	<b>B</b> negative impacts	<b>C</b> zero impacts	<b>D</b> effects

*Translate the phrases from Russian into English.*

**31.** (Всемирная Туристская Организация при ООН) is the United Nations agency responsible for the promotion of responsible, sustainable and universally accessible tourism.

**32.** The leading international organization in the field of tourism promotes tourism as a (*фактор экономического роста*), inclusive development and environmental sustainability and offers leadership and support to the sector in advancing knowledge and tourism policies worldwide.



33. Tourism development brings with it a mix of benefits and costs and the growing field of (*экономики туризма*) is making an important contribution to tourism policy, planning and business practices.

34. The World Travel and Tourism Council estimate that tourism contributed 9.2 per cent of global (*ВВП*).

35. Worldwide, national and regional governments are developing tourism plans to (*максимизировать возможности для роста дохода и занятости*) resulting from an expanding tourism industry.

36. Over time, an increasing number of destinations have opened up and a number of (*инвестиций в развитие туризма*) have been made, turning modern tourism into a key driver for socioeconomic progress.

37. The targeting of tourism marketing is much more complex than simply reaching out to (*“высокодоходные” рынки*).

38. Tourism is one of the few industries that have endured throughout the crisis, achieving (*устойчивый рост*) in the past years.

39. (*Специально подобранное/индивидуальное предложение*): travelers progressively seek for personalization and custom made offers, outside the traditional packs.

40. The use of the social media can help your tourism entity to enhance its buzz and create (*доверие*) at a low or no cost to the provider.

### GRAMMAR

#### Choose the correct preposition.

31 Tourism development brings with it a mix of benefits and costs and the growing field of tourism economics is making an important contribution in/to/for tourism policy, planning and business practices.

32 Changes in tourism expenditure resulting from/into/to shifting destination market shares will influence export earnings with further changes to GDP and employment.

33 I think she is going to like/is liking/will like her room.

34 He is going to book/will book/is booking something last minute.

35 A: Will you use/ Are you using/Will you be using the computer today?

B: No. Do you need it?

### 36-50 WRITING

You should spend about 40 minutes on this task.

Write about the following topic:

International tourism and international trade are two important aspects of the development of the economy of a country and a country can get numerous benefits from the close relationship it maintains with foreign countries.

To what extent do you agree or disagree with this statement?

You should give reasons for your answer using your own ideas and experience.

Write at least 250 words.

### Answer Key

#### **Listening**

1. a novelty
2. economic benefits
3. commercial
4. congestion
5. lifestyles
6. Doxey's model has drawn a number of criticisms because it gives a very negative attitude to the socio-cultural effects of tourism, it is unidirectional, is rather oversimplified.
7. They sts are rather more complicated, and prone to greater variation.
8. Increased understanding of the host society and culture.
9. Tourism creates openings for employment for women, and through giving them a chance to have a personal income, it allows them to become more independent.
10. This will empower them through providing wider access to globalised media, and improving their job prospects in a wider context.

#### **Audio script (<https://youtu.be/F4CKSR1LuZY>)**

"In today's lecture we'll begin with an overview of the impact of tourism on the societies and cultures of the host area, then we'll look at some case studies.

One model for the socio-cultural impact of tourism has been provided by Doxey – you'll find a reference in your reading list. He called his model the "Irridex" – that's a contraction of "irritation index" and it attempts to show how the attitudes of local people to tourists and tourism change over the years. Doxey identifies four stages. He calls the first stage Euphoria – happiness – because initially the tourists are regarded as a novelty, and because of this they're welcomed by everyone in the host area. But as well as that, there's another reason for the people in the host community to welcome tourists: local people realise that tourism brings scope for economic benefits.

As tourist development begins to increase, however, local interest in the visitors becomes sectionalised. That means that some sections of the local population become involved with tourists while others don't, and it is increasingly the case that commercial rather than social factors are influencing relationships between tourists and the host community; people are less interested in the tourists for their own sake. Doxey call this stage Apathy. If development continues to increase, apathy may change to Annoyance. What's causing this? Well, development of the tourist area may start to spiral up out of control, and this is often accompanied by congestion, which is going to make life difficult for local people. So the policy makers, the

11. NM
  12. T
  13. NM
  14. F
  15. T
  - 16 b
  - 17 e
  - 18 c
  - 19 f
  - 20 g
  - 21 a
  - 22 h
  - 23 d
  - 24 A (consumer demand)
  - 25 C (toutism)
  - 26 B (sustainable tourism)
  - 27 A (foster community benefits)
  - 28 D (should aspire to reach)
  - 29 C (local community)
  - 30 B (negative impacts)
  31. UNWTO
  32. driver of economic growth
  33. tourism economics
  34. GDP.
  35. maximize the opportunities for income and employment growth
  36. investments in tourism development
  37. 'high-yield' markets
  38. sustained growth
  39. Tailored Offer
  40. credibility
  - 36-50 Writing
- Model Answer :**  
Today, the majority of the people travel in different countries as part of their work, travel or living. But the fact is whether it bring a benefit to society or not? I would like to share my opinion in the following paragraphs.  
Firstly, as people start travelling to different places, they communicate with the local people, which make it possible to understand each other and lead a good relationship. This relationship may help to bring a good understanding and bonding among the nations. Moreover, as the number of tourists increases, tourist resorts

government, the local authorities, and so on, provide more infrastructure for the area – more roads, more car parks and so on – to try to help cope with the influx of tourists. But the lives of the local people are made increasingly difficult and in the final stage of the model, annoyance has turned to Antagonism and open hostility to tourists and now all the detrimental changes to lifestyles in the host areas are, fairly or unfairly, seen as due to the tourists. Well, this sort of pathway is certainly a fairly good reflection of what happens in some tourist destinations but Doxey’s model has drawn a number of criticisms. The most significant is that it suggests a very negative attitude to the socio-cultural effects of tourism – the fact that the model is unidirectional, that it only works in one direction, seems to suggest that decline in the host-visitor relationship is inevitable. Now in practice, fortunately, things aren’t always quite like that. If you look at real situations, you’ll see that the relationships between local people and tourists are rather more complicated, and prone to greater variation, than this model suggests. So the model is really rather oversimplified. In fact, studies have highlighted quite a few positive effects of tourism. For example, Doxet’s model doesn’t look at the effects on the tourists themselves – they may well benefit from increased understanding of the host society and culture. Then, traditional crafts in the host area may be revitalised because tourism provides new markets such as the souvenir trade, for example. So instead of these traditional skills being lost, local people are encouraged to develop them. There may also be more long-lasting changes, which actually lead to the empowerment of both groups and individuals in the host area. For example, tourism creates openings for employment for women, and through giving them a chance to have a personal income, it allows them to become more independent. In addition, because tourism tends to work through a very few languages that have world-wide usage, those working in the tourist industry may be encouraged to acquire new languages, and this will empower them through providing wider access to globalised media, and improving their job prospects in a wider context.

Right, now we’ll take a short break there and then we’ll look at a couple of cases studies and see how far the points we’ve discussed so far apply to them.”

also increases, revenue collection will be increased, which reduces the burden of government barring all the expenses of the maintenance. The economic level of a country will be in a control. This not only provides financial support to the government, as a number of accommodation centre increases, need for employee also increase as a result. The problem for unemployment can be solved, which helps in making a powerful and developed economy.

On the other side, most of the nations have their own tradition and culture. This difference is major in countries where fewer foreign tourists come to visit when compared with other countries where a large number of tourists travel and stay each year. This may create a serious issue in some places where the tradition is on the upper side. For example; the dressing style of western country differs from our nation. When they visit a sacred place such as temples, mosques or some other pilgrimage places may create some inconvenient situation for the locals. Sometimes, the situation may become worst which may result in future conflicts among the nations.

To sum up with my words, despite the drawbacks in the above paragraph, the international tourism helps to a greater extent in forming a nation and to lead a peaceful, friendly relationship among them and making the planet earth a meaningful one.

*From: <https://www.ieltsmentor.com/writing-sample/writing-task-2/1792-international-tourism-and-international-trade-are-two-important-aspects>*

**Устная часть экзамена**

**Task 1**

Прочитайте, представьте обзор текста «**Tourism is a global force for good. It needs the best**

**leaders at the helm»** и ответьте на вопросы по содержанию текста

**Tourism is a global force for good. It needs the best leaders at the helm**

*By Gilad Goren*

*One in 11 people worldwide works in travel and tourism, but who will steer its evolution into the world's largest sustainable sector?*

Tourism is often cited as the world's largest industry – and for good reason. One in every 11 people worldwide is employed in the sector, which contributes about 9.5% of global GDP.

It is one of the few industries that can push a significant number of developing nations to higher levels of prosperity, the World Bank Group argues. It is no wonder that 83% of global south countries cite tourism as their principal export.

And yet of every \$100 spent by the average developed-world tourist, only \$5 remains in the destination's economy.

The tourism industry plays a significant, if unwilling, role in the proliferation of a \$32bn modern slavery trade (pdf) that shackles 27 million people globally. And as tourism numbers grow, so does its direct by-product: environmental degradation. More than 60% of all air travel, responsible for 5% of total global carbon emissions, is tourism related.

The future of the travel industry, like other sectors, lies in companies taking responsibility beyond the single bottom line and embedding the principles of sustainability into their business. Where today the myriad terms associated with sustainability (eco, pro-poor, green, and so on) reflect a fragmented collection of niches, tourism will soon reach a point where these disappear and sustainability becomes the default setting. The need for this imminent transition is all the more pressing given the strength and ubiquity of the industry.

As with any other sector, tourism will march forward through visionary leadership and innovation, and in tune with client demand. Economic growth looks promising, with projections of 4.2% growth a year to 2024, largely fuelled by a millennial generation that travels more, travels longer, and values experiences rather than material goods.

Studies point out that traveller demand for sustainable practices crosses the demographic landscape. In a 2012 TripAdvisor survey, for example, 71% of members said they planned on making more eco-friendly choices in the next 12 months. The millennial generation is more vocal about its demands for authenticity and impact and is enjoying the spotlight as brands and agencies race to gain loyalty. Closing the gap between status quo and potential for the world's largest industry will rest on the shoulders of a new generation of leaders and innovators. The issue is how to identify who these visionaries are.

The B Team is an inspiring cross-sector of industry captains united in pursuing a triple bottom-line vision (amelioration for people, profit and planet). This group has taken on the challenge of proving that their field can reduce harm and increase positive impact.

The travel industry – that same incredible force that effects almost every human on Earth – does not have a representative on the B Team. The future travel industry will be a global force for positive impact. The question we must address is who will lead us there.

*From: <https://www.theguardian.com>*

**Task 2**

Выполните ситуативное задание: «Existing thematic trips in different countries. Make your predictions about the development of this direction in tourism» (15 баллов).

**ПКН-1**  
Способность  
принимать и  
применять и

**Примеры заданий**  
**Задание 1**

технологические  
новации и  
современное  
програмное  
обеспечение при  
решении  
профессиональных  
задач в  
туристической  
индустрии

**Индикаторы**

1. Использует  
современные  
технологии в  
процессе разработки  
продуктов и услуг,  
туристических  
маршрутов,  
направлений, и  
программ развития  
туризма и  
гостеприимства,  
обслуживания  
клиентов, включая  
электронную  
комерцию.  
2. Применяет комплекс  
экскурсионных  
технологий, включая  
методическое  
обеспечение,  
разработку,  
тестирование,  
проведение и оценку  
эффективности  
экскурсионных  
мероприятий.  
3. Демонстрирует  
знания  
технологической  
документации  
экономических,  
финансовых,  
маркетинговых  
служб туристических  
организаций.

**Write a reply to the email given below. Use the formal style.**

*Dear Sir,*  
  
*My wife and two, plus I our teenage children, are planning to visit London for a few days this spring. I was wondering if you could give us some advice on things to do.*  
  
*Thank you in advance.*  
  
*Yours faithfully,*  
  
*J. Smith*

**Задание 2**

**Please fill in as much information as you can**

**Contact details:**

Your Name (required)

Your Email (required)

**Trip details:**

Destination:

Trip Dates:

Number of people traveling:

Arrival/Departure Airports (if known):

Arrival/Departure Times (if known):

Are there any places you definitely want included in your itinerary?

What is your preferred travel style? Budget (1-2\*)  Mid-range (3-4\*)  Luxury (5\*)

What type of accommodation do you like? (choose as many as apply):

Hostels  Guesthouses  Homestays  Boutique Hotels  Large hotels  Resorts

If other, please explain:

What activities interest you? (History, art, food, drink, museums, sightseeing, adventure, outdoor, etc.)

Preferred transportation methods (choose all that apply):

Walking  Public transport  Trains  Buses  Taxis  Boats  Bicycles  Flights

What travel pace do you enjoy?

Slow (take your time)  Medium (in the middle)  Fast (as much as possible in every day)

	<p>Do you prefer organized excursions or doing things on your own?</p> <p>Organized <input type="checkbox"/> On our own <input type="checkbox"/> Combination <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p>Physical activity:</p> <p>Leisurely <input type="checkbox"/> Active <input type="checkbox"/> Very active <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p>Please use this box to provide any other important details I should know regarding your preferred travel style, preferences, interests, needs and so on:</p> <div style="border: 1px solid black; height: 30px; width: 100%;"></div> <p><i>From: <a href="https://wanderingearltours.com/travel-itinerary-questionnaire/">https://wanderingearltours.com/travel-itinerary-questionnaire/</a></i></p>
<p><b>ПКН-2</b> Способность осуществлять основные функции управления туристической деятельностью, находить решение задач в условиях реально функционирующих туристических предприятий</p> <p><b>Индикаторы</b></p> <p>1. Обосновывает выбор управленческих решений с учетом факторов риска в условиях неопределенности.</p> <p>2. Использует эффективные методы управления бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства.</p> <p>3. Принимает тактические управленческие решения в процессе координации и контроля деятельности функциональных подразделений</p>	<p style="text-align: center;"><b>Примеры заданий</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Задание 1</b></p> <p><b>Read the article and present its review</b></p> <p><i>Tourism Management and Technology</i></p> <p>Technology has changed the way people travel, and the new developments promise an even more exciting experience. There is no doubt about the importance of technology and the role it plays within the tourism sector. Today, technology has vastly influenced tourism and continues to do so for the years to come. From the destination you choose to travel to, all the way to your accommodation needs, thanks to the convenience of the Internet, it's possible to book your entire trip from the comfort of your own home. «7 Key Technology trends Emerging in the travel Industry» is an article that reveals the importance of the emerging tech trends in the tourism industry.</p> <p><i>The Purpose of Revenue Management in Tourism Management</i></p> <p>Over the last few decades, revenue management has played a major role in the growth and development of hospitality and tourism industry. Revenue management utilises a number of inventories, such as pricing, marketing, and distribution systems in order to increase profits. Having initially been developed to optimise the pricing within the airline industry, the application of revenue management has expanded in hotels, cruise ships, airlines, railways, car rentals, and many other tourism sectors. More information about revenue management you can find in the article, Revenue Management; clearly explained!</p> <p>The concept of travelling to different destinations for business or pleasure is a growing field that offers many opportunities for those who are seeking to work in tourism management. As a tourism manager, you will have the advantage of meeting people from all the over world and even the opportunity to travel to other countries.</p> <p><i>From: <a href="https://www.revfine.com/tourism-management/">https://www.revfine.com/tourism-management/</a></i></p> <p style="text-align: center;"><b>Задание 2</b></p> <p>You are the representative of Kiwi Motorhomes. Use the information to deal with a telephone enquiry from a potential client.</p>

организации туристской индустрии.	
---	--

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

### Основная литература

1. Климова И.И. Английский язык в сфере гостиничного бизнеса: Учебное пособие для студентов направления 43.03.02 «Туризм», профиль «Гостиничный бизнес» / Климова И.И., Васьбиева Д.Г., Калугина О.А. - М.: Финуниверситет, Департамент языковой подготовки, 2018. – 141 с. – Образовательный портал Финуниверситета. - URL: [https://portal.fa.ru/Files/Data/bf70ddc6-9437-4d74-9cb9-b68f776f79ae/metod\\_prof\\_in\\_jaz\\_bak\\_tur.pdf](https://portal.fa.ru/Files/Data/bf70ddc6-9437-4d74-9cb9-b68f776f79ae/metod_prof_in_jaz_bak_tur.pdf) (дата обращения: 21.10.2019). – Текст : электронный.
2. Кирсанова, М.А. Английский язык. Ч. 1 = English. Р. 1: Учебное пособие для студентов бакалавриата, обуч. по напр. "Туризм / М.А. Кирсанова, А.И. Лагерь, Т.Н. Любимова; Финуниверситет, Каф."Иностранные языки-1" .— М. : Финуниверситет, 2016 .— 132 с. — Текст : непосредственный. - Имеется электронная версия: Электронные текстовые данные (1 файл: 1,70 Мб). — Доступ из локальной сети Финуниверситета(чтение). — ЭБ Финуниверситета. - <URL:http://elib.fa.ru/rbook/kirsanova\_tourism.pdf>. (дата обращения: 21.10.2019).
3. Левченко В.В. Английский язык. Ч. 2 = English. Р. 2: Учебное пособие для студентов бакалавриата, обуч. по напр. подгот. "Туризм" / В.В. Левченко, О.В. Мещерякова, А.И. Лагерь; Финуниверситет, Департамент языковой подготовки - М.: Финуниверситет, 2016 - 144 с.; 9,0 п.л.- Текст : непосредственный. — Имеется электронная версия: Электронные текстовые данные (1 файл: 16,7 Мб);. — Доступ из локальной сети Финуниверситета(чтение). — <URL:http://elib.fa.ru/rbook/levchenko.pdf>. (дата обращения: 21.10.2019).

### Дополнительная литература

4. Cotton D. Market Leader. Intermediate. Business English Course Book / D. Cotton, D. Falvey, S. Kent - Harlow: Pearson Education Limited, 2010, 2012. - 176 p.
5. Emmerson P. Business Grammar Builder. Clear explanation for real situation: Intermediate to Upper-intermediate. CEF Levels B1-B2 / P. Emmerson - London: Macmillan Publishers Limited, 2014 - 272 p.

6. Holloway J.C. The business of tourism / J.C. Holloway, C. Humphreys - Edinburgh Gate: Pearson Education Limited, 2012 - 778 p.

7. Strutt P. English for International Tourism. Intermediate: Student's Book / P. Strutt - England: Pearson Education Limited, 2010 - 144 p.

## НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

### Основная литература

1. Васильева М.М. Немецкий язык: туризм и сервис [Электронный ресурс]: Учебник / М.М. Васильева, М.А. Васильева.- Москва: Издательский дом "Альфа-М", 2017. - 304 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/939858>

2. Васильева М.М. Немецкий язык: туризм и гостиничное дело: Учебник / Васильева М.М., Васильева М.А., - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 302 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013831-2 - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/958948> (дата обращения: 21.10.2019).

3. Махмутова Г.Н. Немецкий язык в сфере международных экономических отношений: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" / Г.Н. Махмутова; Финуниверситет - Москва: Кнорус, 2018 - 147 с. - Бакалавриат. - Текст : непосредственный. - То же. – 2020. - ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/934049> (дата обращения: 21.10.2019). — Текст : электронный.

### Дополнительная литература

4. Николаева Т.Н. Немецкий язык (второй язык). Ч. 1: Учебное пособие для подгот. бакалавров / Т.Н. Николаева, О.В. Львова; Финуниверситет, Каф. "Иностранные языки-1" - М.: Финуниверситет, 2013, 2014. - 212 с. - Текст : непосредственный.

5. Работникова Н.А. Немецкий язык для экономистов (A2-C1): учебное пособие для академического бакалавриата / Н.А. Работникова, Е.В. Чернышева, И.И. Климова; Финуниверситет - Москва: Юрайт, 2018 - 159 с. - Бакалавр. Академический курс. - Текст : непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС Юрайт. - URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433426> (дата обращения: 21.10.2019). - Текст : электронный.

6. Volgnandt, G. ExportwegeWirtschaftsdeutschneu: Arbeitsbuch 3. Sprachniveau B1 - B2 / G. Volgnandt, D. Volgnandt .— Germany : Schubert-Verlag, 2010 .— 150 s. .

7. Volgnandt G. Exportwegeneu. Wirtschaftsdeutsch: Kursbuch 3. Sprachniveau B1-B2 / G. Volgnandt, D. Volgnandt - Germany: Schubert-Verlag, 2013.



8. Grandi N. Herzlich willkommen Neu. Deutsch in Restaurant und Tourismus: Arbeitsbuch / N. Grandi; C. Lemcke - Berlin: Langenscheidt, 2001 - 96 s.
9. Levy-Hillerich D. Kommunikation im Tourismus Kursbuch / D. Levy-Hillerich; Goethe-Institut, Fraus, Cornelsen - Munchen: Goethe-Institut, 2005 - 152 p. + 1 CD

## ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

### Основная литература

1. Седова, Т.В. Французский язык ( Второй язык ). Ч.1 = Le Francais (Deuxieme Langue). Partie 1. Manuel pour Etudiants en licence / Т.В. Седова, М.Е. Груздева, М.В. Коровушкина; Финуниверситет, Каф. "Иностранные языки-1". —То же Электронные текстовые данные (1 файл: 2,682 Кб). — М.: Финуниверситет, 2014 — 108 с.: ил. — URL: <URL:[http://elib.fa.ru/rbook/sedova\\_French1.pdf](http://elib.fa.ru/rbook/sedova_French1.pdf)> (дата обращения: 21.10.2019). - Текст : электронный.

### Дополнительная литература

2. Седова Т.В. Французский язык: Учебное пособие для первого года обучения в бакалавриате / Т.В. Седова, М.Е. Груздева, И.И. Максименко; ФГОБУ ВПО "Финансовый университет при Правительстве РФ", кафедра иностранных языков - М.: Финуниверситет, 2011 - 128 с.
3. Dubois A.L. Objectif Express 2. Le monde professionnel en Francais: Niveau A2 / B1 / A.L. Dubois, B. Tauzin - Paris: Hachette Livre, 2013 - 192 p.
4. Miquel C. Grammaire en Dialogues: [Ксерокопия] / C. Miquel - : CLE International, 2007 - 128p.
5. Penfornis J.L. Francais.com. Methode de francais professionnel et des affaires: Niveau Intermediaire / J.L. Penfornis - Paris: CLE International/VUEF, 2013 - 168 p.
6. Penfornis J.L. Francais.com: Methode de francais professionnel et des affaires: Niveau debutant / J.L. Penfornis - Paris: CLE International/Sejer, 2013 - 160 p.
7. Tout va bien! 1. Methode de francais: Livre de l'eleve / H. Auge [et autre] - France: CLE International, 2010, 2012 - 168 p.

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

Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>

Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН»  
<http://biblioclub.ru/>

Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>

Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>

Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>

Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks  
<http://link.springer.com/>

Информационно-образовательный портал <https://portal.fa.ru>

#### Английский язык

1. <http://www.russiatourism.ru>
2. <http://www2.unwto.org>
3. <http://www.theguardian.com/science/the-h-word/2014/oct/20/google-doodle-forgets-to-celebrate-christopher-wren-the-man-of-science>
4. <http://www.hmc.org>
5. <http://Youtube.com>
6. <http://www.BreakingNewsEnglish.com>
7. <http://www.nature.org/>
8. <http://www.bbc.com/news/magazine->
9. <http://travel.nationalgeographic.com/>
10. <http://study-english.info/topic-english.php>

#### Немецкий язык

1. [www.dw-world.de](http://www.dw-world.de)
2. [www.sowieso.de](http://www.sowieso.de)
3. [www.lernen/mit/spass.ch](http://www.lernen/mit/spass.ch)
4. [www.video.web.de](http://www.video.web.de)
5. [www.kaleidos.de](http://www.kaleidos.de)
6. [www.mein-deutschbuch.de](http://www.mein-deutschbuch.de)

7. [www.grammatikdeutsch.de](http://www.grammatikdeutsch.de)
8. [www.zum.de](http://www.zum.de)
9. [www.schubert-verlag.de](http://www.schubert-verlag.de)
10. [www.focus.de/wissen/bildung/deutsch/stereotype\\_aid\\_21930.html](http://www.focus.de/wissen/bildung/deutsch/stereotype_aid_21930.html)
11. [www.tagesschau.de/inland/meldung109876.html](http://www.tagesschau.de/inland/meldung109876.html)
12. [www.unique-online.de/aus-dem-ausland-witze-uber-deutsche-oder-mal-von-der-anderen-seite-ausgelacht/329/](http://www.unique-online.de/aus-dem-ausland-witze-uber-deutsche-oder-mal-von-der-anderen-seite-ausgelacht/329/)
13. [www.internet-edition.com/deutsch/](http://www.internet-edition.com/deutsch/)
14. [www.magazinefactory.edu.fi](http://www.magazinefactory.edu.fi)
15. [www.6dw-world.de/de/dialekt.php](http://www.6dw-world.de/de/dialekt.php)
16. [www.bpb.de](http://www.bpb.de)
17. [www.bundestag.de](http://www.bundestag.de)
18. [www.clickfish.com/clickfish/guidearea/kulturgesellschaft/literatur/literaturautoten](http://www.clickfish.com/clickfish/guidearea/kulturgesellschaft/literatur/literaturautoten)
19. [www.derweg.org/feste/kultur](http://www.derweg.org/feste/kultur)
20. [www.deutschland-tourismus.de](http://www.deutschland-tourismus.de)
21. [www.driv.de](http://www.driv.de) (DeutscherReiseVerband)
22. [www.heimat-in-deutschland.de](http://www.heimat-in-deutschland.de)
23. [www.ikkompetenz.thueringen.de](http://www.ikkompetenz.thueringen.de)
24. [www.interkultur.de./projekte/fs21/data](http://www.interkultur.de./projekte/fs21/data)
25. [www.kieler-woche.de/presse/Idee/Geschichte.htm](http://www.kieler-woche.de/presse/Idee/Geschichte.htm)
26. [www.kochen-international.de](http://www.kochen-international.de)
27. [www.nationalpark-vorpommersche-boddenlandschaft.de](http://www.nationalpark-vorpommersche-boddenlandschaft.de)
28. [www.planet-wissen.de](http://www.planet-wissen.de)
29. [www.podcast.de](http://www.podcast.de)
30. [www.podster.de](http://www.podster.de)
31. [www.schwarzwald-tourismus.info](http://www.schwarzwald-tourismus.info)
32. [www.tatsachen-ueber-deutschland.de](http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de)
33. [www.wien-vienna.at](http://www.wien-vienna.at)

34. [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)

## ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

1. <http://www.francomania.ru/> – информационный сайт посольства Франции
2. <http://diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/>
3. <http://www.L'action du MAEDI en matière de promotion du tourisme>
4. <http://www.La place du tourisme dans l'économie française>
5. <http://www.La place de la France dans le tourisme mondial>
6. <http://www.Perspectives du tourisme international à court et moyen terme>
7. <http://www.Evénements et actualités liés à la promotion du tourisme>
8. <http://www.europa-planet.com/> - сайт, посвященный странам Европы
9. <http://www.lepointdufle.net/p/francais-sur-objectifs-specifiques> - ресурсный сайт по теме экономика и туризм
10. <http://fr.wikipedia.org/wiki/Portail:Tourisme> - портал о туризме на сайте Википедия на французском языке
11. [http://www.tv5.org/TV5Site/enseigner-apprendre-francais/collection-26-Voyages\\_Cites\\_du\\_Monde.htm](http://www.tv5.org/TV5Site/enseigner-apprendre-francais/collection-26-Voyages_Cites_du_Monde.htm) – информационный раздел сайта французского телеканала Tv5Monde о странах мира на французском языке
12. <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/dossiers/> - сайт о ведении документации на французском языке
13. <http://www.fda.ccip.fr//ressources/le-monde-des-affaires/>
14. <http://www.rfi.fr/> – сайт французского радио он-лайн
15. le ministère du Tourisme : [www.tourisme.gouv.fr](http://www.tourisme.gouv.fr)
16. la Maison de la France : <http://fr.franceguide.com/>
17. les conseils régionaux et comités régionaux du tourisme des régions administratives
18. les offices de tourisme des villes
19. exemples pour la région Provence – Alpes – Côte d'Azur :
20. [www.cr-paca.fr/](http://www.cr-paca.fr/)
21. <http://www.decouverte-paca.fr/fr/>

22. <http://www.aixenprovencetourism.com/>
23. [www.Voyage virtuel sur la Russie](http://www.Voyage_virtuel_sur_la_Russie)
24. [http://www.lexilogos.com/russe\\_langue\\_dictionnaires.htm](http://www.lexilogos.com/russe_langue_dictionnaires.htm)
25. <http://www.artrusse.ca/index.htm>
26. [http://www.francomania.ru/fr/Navigation\\_transversale/La\\_carte\\_du\\_francais/](http://www.francomania.ru/fr/Navigation_transversale/La_carte_du_francais/)
27. <http://tsarvoyages.com/>
28. [www.moscowcity.com](http://www.moscowcity.com)

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

### **Методика осуществления устного перевода на русский язык текстов, предъявленных на иностранном языке**

Перевод – вспомогательный вид речевой деятельности, который осуществляет передачу содержания текста средствами другого языка; преобразование речевого произведения на одном языке в речевое произведение на другом языке при сохранении смысла этого произведения. Акт перевода состоит в анализе формы исходного сообщения на одном языке, синтеза содержания воспринятого и передача его на другом языке.

Учебный перевод должен быть устным, целостным и литературным.

Задача учебного перевода – содействовать усвоению и укреплению языковых явлений изучаемого языка и преодолению и интерференции на материале связного текста или его фрагмента.

Задача литературного перевода – полное и точное раскрытие содержания текста средствами другого языка при соблюдении норм того языка, на который осуществляется перевод.

### **Методика организации ролевой игры**

#### **Подготовка игры**

##### **1. Преподаватель:**

- определяет цель игры;
- объясняет ситуацию;
- устанавливает регламент игры;
- определяет условия игры;
- распределяет роли;
- дает задания по подготовке необходимых для игры исходных данных;
- разрабатывает сценарий ролевой игры;
- подводит итоги игры

Преподаватель может вводить всю установочную информацию устно либо письменно. Преподаватель может самостоятельно распределять роли с учетом психологических особенностей студентов и их языковой подготовки или предложить студентам распределить роли самим. В зависимости от числа студентов в группе количество ролей может варьироваться.

2. Участники игры (студенты):

- проводят самостоятельную подготовку к поведению игры.

Она может проходить как в аудитории, так и вне ее. При необходимости преподаватель проводит консультации.

## **Методика организации круглого стола**

Круглый стол - организация обсуждения некоторого вопроса, темы, проблемы. Целью обсуждения выступает обобщение идей и мнений относительно обсуждаемой проблемы, а также побуждение обучающихся к активизации умственной деятельности, самостоятельности, раскрытию возможностей. Данный метод чаще используется на этапе обобщения и закрепления изученного материала, с целью выражения мнений обучающихся по рассматриваемому вопросу и является логическим завершением той или иной темы.

Круглый стол — это метод интерактивного обучения, позволяющий закрепить полученные ранее знания, восполнить недостающую информацию, сформировать умения решать проблемы, укрепить позиции, научить культуре ведения дискуссии. Характерной чертой «круглого стола» является сочетание тематической дискуссии с групповой консультацией.

Цель: обеспечение свободного нерегламентированного обсуждения поставленных вопросов на основе постановки всех обучающихся в равное положение по отношению друг к другу.

Задачи:

- формирование профессионального понятийно-терминологического аппарата на основе аутентичных источников по теме научного исследования.
- формирование умений резюмировать аутентичную литературу по специальности на основе извлеченной информации, комментировать основные научные выводы.
- развитие навыков говорения на профессиональные научные темы.
- формирование коммуникативных умений в области иноязычного восприятия речи на слух.

**Методика проведения:**

1. Обучающиеся в группе определяют наиболее актуальные экономические проблемы в рамках пройденной тематики и составляют график их обсуждения на занятиях.

2. Один из обучающихся (инициатор обсуждения данной проблемы) выполняет роль модератора круглого стола, управляя дискуссией, задавая вопросы, резюмируя результаты обсуждения.

3. Каждый обучающийся в рамках самостоятельной работы готовит выступление по теме согласно утвержденному графику. На занятии студент высказывает свою позицию в рамках круглого стола, аргументирует свою точку зрения и оппонирует другим мнениям, отвечает на вопросы модератора.

**Критерии оценки участника:**

- полнота раскрытия темы;
- правильность использования грамматических и лексических конструкций;
- умение аргументировать свою точку зрения;
- умение задавать вопросы оппонентам и оппонировать;

**Критерии оценки модератора:**

- умение управлять дискуссией;
- умение ориентироваться в обсуждаемой проблематике;
- правильность использования грамматических и лексических конструкций;
- умение задавать вопросы участникам;
- умение делать выводы.

## Примерные рекомендации по подготовке презентации

Процесс подготовки успешной презентации состоит из следующих ключевых этапов:

1. Выявление собственной стратегии презентации.
2. Определение элементов базовой структуры эффективной презентации.
3. Явные и неявные цели выступления. Мотивация. Правильное и эффективное формулирование целей и критериев их достижения.
4. Определение целевой аудитории, места, времени будущей презентации.
5. Подготовка презентации:
  - планирование, структура и важнейшие элементы плана;
  - инструменты планирования;
  - разработка различных вариантов с учётом аудитории;
  - создание «заготовок»; использование готовых матриц и собственный дизайн слайдов.
6. Выступающий как главный «инструмент» презентации. Самоподготовка:
  - техника по созданию и управлению своим внутренним эмоционально-психологическим состоянием;
  - владение собой как «инструментом» выступления (тело, мимика, жесты, голос);
  - имидж выступающего.
7. Невербальные элементы коммуникации в презентации как наиболее выразительные средства.
8. Обратная связь как средство общения и выстраивания нужной атмосферы и управления аудиторией:
  - собственная наблюдательность;
  - использование «3-х позиционных переходов» для получения дополнительной обратной связи;
  - обратная связь как показатель движения «К» или «ОТ» цели.
9. Как сделать выступление ярким, увлекательным и максимально эффективным:
  - способы подачи материала;
  - использование реквизита;
  - визуальная и аудиальная поддержка.
10. Презентация, самопрезентация и анализ результатов.

### Планирование презентации

- **Первый шаг – определение целей**
- **Второй шаг – информация об аудитории**

Информация о вашей аудитории ещё при подготовке презентации является очень важным шагом к успеху. Вам необходимо знать, кто будет Вашим слушателем. Тогда Вы сможете настроиться на аудиторию и тем самым задать нужный лад.

- **Третий шаг – выделение основных идей презентации**

Выделив основные идеи, Вы поможете слушателям легче следить за ходом Вашей презентации. Чтобы выделить основные идеи Вашей презентации, подумайте, как бы Вы ответили на следующие два вопроса:

- какие идеи будут соответствовать целям моей презентации?
- какие идеи мои слушатели должны запомнить лучше всего?

Основные идеи должны:

- служить конкретным целям,
- содержать умозаключения,
- быть интересными,
- и их не должно быть много (обычно не более четырёх-пяти).

Существует много способов выделения основных идей презентации. Например, с помощью приёмов, заимствованных из теории рекламы и продаж товара. Проверьте себя – отвечая на вопросы:

- ✓ Кто?
- ✓ Что?
- ✓ Где?
- ✓ Почему?
- ✓ Когда?
- ✓ Как?

- **Четвёртый шаг – подбор дополнительной информации**

Такой дополнительной информацией могут быть:

- примеры,
- сравнения,
- цитаты,
- открытия,
- статистика,
- графики,
- аудио и видеоматериалы,
- экспертные оценки.

- **Пятый шаг – планирование вступления**

Необходимо:

- представиться (имя, должность, организация);
- сказать, сколько будет длиться Ваша презентация;
- договориться о том, когда можно задавать вопросы – во время презентации или после;
- представить тему Вашей презентации;
- установить доверительные отношения со слушателями;
- заставить аудиторию слушать Вашу презентацию.

Для того чтобы достичь целей вступления, помните о четырёх советах, весьма полезных при подготовке вступления Вашей презентации:

1. Привлеките внимание (например, цитатой или интересными данными).
2. Укажите основные идеи (перечень основных идей необходим для того, чтобы настроить слушателей на тему Вашей презентации).
3. Укажите интересы аудитории (для чего аудитория пришла Вас слушать? Что полезного в Вашей презентации для слушателей? Расскажите об этом, и Вас будут слушать с ещё большим вниманием).
4. Используйте уместные слова и жесты (заранее подумайте – насколько естественна для ДАННОЙ аудитории привычная Вам жестикуляция, а также привычный Вам стиль общения, не будут ли они чужды для данной аудитории?).

Вот несколько распространённых типов вступлений, которые Вы можете использовать в своей презентации:

- цитаты,
- риторические вопросы,
- декларативные заявления,
- ситуации из жизни,
- текущие события,
- план действий и др.

- **Шестой шаг – логика и переходы**

Для того чтобы логика подачи материала не нарушалась, а слушателям было легко за ней следить, Вам необходимо продумать переходы:

- от вступления к основной части презентации,



- от одной основной идеи к другой,
- от одного слайда к другому.

Переход – это связь между окончанием одной важной идеи и началом другой. С помощью переходов создаётся естественный ход презентации, что позволяет аудитории легко следить за Вашим рассказом. Для обозначения перехода можно:

- использовать короткие фразы,
- найти привлекающее внимание высказывание,
- привести актуальную статистику,
- использовать шутку или шокирующее заявление,
- выдержать паузу,
- изменить тон голоса.

- ***Седьмой шаг – структура***

Очень важно, чтобы за структурой презентации стояла логика подачи материала. Только тогда можно говорить с уверенностью о том, что Ваши идеи будут понятны слушателям.

Хорошо структурированная презентация построена в соответствии со спецификой аудитории с учётом её интересов. В такой презентации детали сообщения взаимосвязаны как части конструкции здания. Одни элементы ведут к другим. Некоторые части поддерживают другие. Каждая часть хорошо структурированного сообщения служит целям и задачам презентации.

**Презентация должна содержать следующие компоненты в перечисленном порядке:**

- Титульная часть (название, заставка).
- Открывающая часть (аннотация, делающая аудиторию восприимчивой).
- Введение (предвосхищает основные мотивы презентации, это мост, ведущий к основной части).
- Основная часть (представляет собой сообщение).
- Ключевые пункты (главные идеи основной части).
- Поддерживающий материал (информация, объясняющая и поддерживающая основные пункты).
- Переход (подводит итог одному ключевому пункту и представляет следующий).
- Обзор (вновь перечисляет ключевые пункты сообщения).
- Заключение (должно призывать и побуждать аудиторию; подводит черту кратким утверждением).

**Материал можно излагать:**

- в хронологическом порядке,
- в порядке приоритета,
- в территориальном порядке,
- в тематической последовательности,
- структурируя его по принципу «проблема-решение».

Какой бы метод Вы ни выбрали, самое главное, чтобы он соотносился именно с Вашим материалом. Подкрепляйте Ваши идеи дополнительной информацией в виде примеров, цитат, статистики, историй, определений, сравнений и т.д.

**На что необходимо обратить внимание при подготовке презентации.**

1. Рассказывать можно только то, о чём знаешь, как минимум, в 10 раз больше, чем озвучиваешь.
2. Первый слайд должен содержать название доклада, ФИО и координаты (организация/подразделение, адрес электронной почты) выступающего. Каждый слайд должен иметь заголовок и быть пронумерованным в формате 1/11.
3. Не всё равно, каким программным продуктом пользоваться для подготовки презентации. Наиболее распространён сегодня MS PowerPoint. Но, например, слушатели-математики могут не воспринять доклад всерьёз, если презентация подготовлена не в TeX.

4. Презентация начинается с аннотации, где на одном-двух слайдах даётся представление, о чём пойдёт речь. Большая часть презентаций требует оглашения структур. При использовании TeX для макетирования стандартный шаблон предполагает отображение структуры презентации с подсветкой текущего раздела на каждой странице, что стало уже стандартом де факто.
5. Презентация не заменяет, а дополняет доклад. Не надо писать на слайдах то, что собираетесь сказать словами. Обратное тоже верно: при докладе никогда не зачитывайте текст со слайда!
6. Оптимальная скорость переключения – один слайд за 1-2 минуты. Для кратких выступлений допустимо два слайда в минуту, но не быстрее. Слушатели должны успеть воспринять информацию и со слайда, и на слух. «Универсальная» оценка – число слайдов равно продолжительности выступления в минутах.
7. Размер шрифта основного текста – не менее 16pt, заголовки  $\geq 20$ pt. Наиболее читабельным шрифтом является Arial. Оформляйте все сайты в едином стиле (в TeX многое из упомянутого делается автоматически).
8. Не перегружайте слайд информацией. Не делайте много мелкого текста. При подготовке презентации рекомендуется в максимальной степени использовать графики, схемы, диаграммы, и модели с их кратким описанием. Фотографии и рисунки делают представляемую информацию более интересной и помогают удерживать внимание аудитории, давая возможность ясно понять суть предмета. Длинные перечисления или большие таблицы с числами бессмысленны – лучше постройте графики.
9. Надо быть аккуратным. Нельзя допускать разнобой в шрифтах и отступах, ошибки и опечатки. Готовую презентацию надо просмотреть внимательно несколько раз «свежим» взглядом.
10. Первые же фразы должны заинтересовать. Например, можно сказать о том, насколько сложной и важной является данная задача, или о том, насколько неожиданным будет решение – это позволит удержать внимание слушателей до конца.
11. Заранее продумайте возможные проблемы с техникой. Заранее скопируйте на рабочий стол файл с презентацией и проверьте, как он работает, с первого до последнего слайда. Обязательно имейте при себе копию презентации на флэш-карте. Проверьте, нет ли проблем с отображением русских шрифтов и формул. Целесообразно иметь при себе как PPT презентацию (в случае подготовки презентации в MSOffice), так и PDF версию.

#### **Методика проведения ролевой игры «Турагент и клиент»**

**Цель:** применение навыков диалогической речи и закрепление активного лексико-грамматического материала по теме «Международный туризм и транспорт» .

**Описание игры:** Студент А (клиент) получает список вопросов для турагента, к которому он обращается за рекомендацией о выборе транспорта для путешествия.

*What mode of transport could recommend to travel to India? What is the price range?*

*Where could we buy railway tickets for traveling within the country? Should we do this beforehand?*

*What is more preferable coach or rail traveling within the country?*

Студент Б (турагент) получает пример вопросов-ответов, чтобы рекомендовать тот или иной вид транспорта для путешествия.

*When are you planning to star for vacations?*

*Is it a family trip?*

*Yes, you can choose either a charter or a regular flight. There are several flight carriers.*

*There is a special offer for children under seven.*

**Задача:** разыграть данную ситуацию в форме диалога.

## Методические рекомендации по написанию деловых писем

### Model Cover Letter

Look at different elements of a cover letter.

<p><b>Return address</b> This is your personal letterhead. Put your contact information here.</p> <p>Date</p> <p><b>Inside address</b> Write a cover letter to a specific person, if possible.</p> <p><b>Salutation</b></p> <p><b>Opening</b> Tell that you are applying for a job and the source of your information.</p> <p><b>Focus</b> Tell why you are suited for this job</p>	<p>Your Name Your Address Your City, State, xxxxx United States (xxx)xxx-xxxx your.email@gmail.com</p> <p>[Today's Date]</p> <p>[Hiring Manager's Name] [ Company Address Company City, State, xxxxx (xxx)xxx-xxxx hiring.manager@gmail.com]</p> <p>Dear Mr./Mrs./Ms. [Manager's Name],</p> <p>With great willingness, I am applying for the position of POSITION which was advertised on the (COMPANY NAME) website.</p> <p>I believe that my education, skill-set, and experience make me a suitable candidate for this vacancy. I am a highly organized and self-driven individual, passionate about developing my career in the field of International Tourism as a senior manager. My commitment can be gauged from the fact that I am an accredited holder of a MBA degree with Management as specialization from XXX College.</p> <p>Possessing more than 5 years of experience of working in diverse positions with multiple hotels, I have gained an extensive insight within this field. My key management competency includes, but is not limited to, managing staff and dealing with guests, managing budgets, risk assessments and business strategy reviews.</p> <p>In my current position with Global Tours where I work in the capacity of Senior Manager, I am accountable for leading a team of 5. During the course of my career, I have gained a specialist's understanding of managerial instruments and have also been effective in explaining complex information in a comprehensible manner.</p> <p>As a Certified Professional Manager, I am an accomplished communicator, with excellent organizational, decision making, and time management skills and have a proven track record of consistently meeting and regularly surpassing demanding performance goals.</p>
---	---

	Proactive, innovative and highly influential, I am seeking a challenging but rewarding position, which is why I was naturally drawn to this exciting opportunity.
<b>Action</b> Tell what you plan to do	I would be glad to meet you and discuss my qualifications in more detail.
<b>Closing</b> Be positive	I look forward to hearing from you soon.
<b>Complimentary close</b>	Yours sincerely,
<b>Signature</b> Sign your name	Mary Shirly
<b>Typed name</b>	Mary Shirly
<b>Enclosure</b> Add this if you are sending something with this letter	Enclosure

### Useful Language

#### *Opening*

I read about a job opening for ...

I am applying for the position of ... which was advertised on the (COMPANY NAME) website.

I am interested in applying for the position of ... advertised in yesterday's Moscow Times.

With reference to your advertisement in the Moscow Times of 23 June ...

I refer to your advertisement in yesterday's Moscow Times ...

I saw your advertisement in the Moscow Times, dated August 12, ...

#### *Focus*

I believe that my education, skill-set, and experience make me a suitable candidate for this vacancy.

I am convinced my work experience and my personal skills make me a strong candidate for the position of ...

I believe that my previous successful job experience, as well as my deep knowledge of the market, will enable me to become a valuable member of your financial team.

I am very interested in this position with (name of the company) and believe that my education and employment background are appropriate for the position.

As you will see from my CV, which is enclosed, I have been working in the same position for about three years.

As you will see from the enclosed resume, I have sufficient experience in ...

For the past 5 years, I have been working for ...

My previous work experience includes three years in ...

During my course at University, I supported myself by working part-time as a member of the financial team in the Russian branch of a well-known multinational company.

I have always enjoyed working with (name of the company) and I think my previous experience will allow me to work as part of your team and to be an effective representative of your company.

#### *Action*

I will call you ...

I would be glad to meet you and discuss my qualifications in more detail.

If you think I may be of service, I would be extremely interested to discuss the possibility of joining you.

***Closing***

I look forward to meeting you.

I look forward to hearing from you soon.

I can come for an interview at any time which is convenient for you.

I shall be glad to send you any further details of my career that you may require.

Note: In this letter, avoid using short forms of verbs, such as don't, I'll, etc.

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем**

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

WindowsMicrosoftOffice,

Антивирус ESETEndpointSecurity

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru>).

Справочная правовая система «Гарант» (<http://www.garant.ru>).

Информационно-образовательный портал Финансового университета. - <http://portal.ufrf.ru>.

<http://www.lingvo-online.ru/>

<http://www.rosettastone.eu/>

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации – не предусмотрено.

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, выполнения курсовых групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для

самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.