

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

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

(Финансовый университет)

**Департамент иностранных языков и межкультурной коммуникации
Факультета Международных экономических отношений**

СОГЛАСОВАНО

ООО «Амадеус – информативные
технологии»

Генеральный директор

_____ Л.И. Мармер

«15 » февраля 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

_____ Е.А. Каменева

«11» мая 2023 г.

Климова И.И., Глушкова Н.М., Любимова Т.Н.

**ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И
ГОСТЕПРИИМСТВА**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
43.03.02 Туризм

ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный
гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», ОП
«Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Туристский и гостиничный
бизнес», ОП «Международный и национальный туризм», Профиль
«Международный и национальный туризм»

Рекомендовано Учёным советом Факультета международных экономических
отношений

(Протокол № 33 от «21» марта 2023 г.)

Одобрено Советом учебно-научного Департамента иностранных языков и
межкультурной коммуникации

(Протокол № 30 от «20» февраля 2023 г.)

Москва 2023

Содержание

1. Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	8
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	8
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	10
5.1 Содержание дисциплины	10
5.2 Учебно-тематический план	11
5.3 Содержание семинаров, практических занятий	14
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	16
6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	16
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	16
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	34
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	46
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	47
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.	48
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.	56
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.	56

1. Наименование дисциплины

«Иностранный язык в индустрии туризма и гостеприимства»

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
<p>Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», 2021, 7 семестр (о), 2021, 7 семестр (озо), Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Туристский и гостиничный бизнес», 2022, 7-8 семестр, ИОО (з) Туризм, ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный туризм», 2022, 7 семестр (о)</p>			
УК-3	Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности.	<p>1. Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.</p>	<p>1. знать: - теоретические основы организации коммуникации (психологический и лингвистический аспект);</p> <p>уметь: - анализировать и применять на практике знания психологии общения, адекватного лингвистического оформления сообщений в ситуациях решения стандартных коммуникативных задач;</p>
		<p>2. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии.</p>	<p>2. знать: - функции и виды, социально-психологическую структуру общения; модели эффективного личного и делового (профессионального) общения;</p> <p>уметь: - анализировать социально-психологические феномены личного и профессионального общения, применять знания осуществления коммуникации при проведении деловых переговоров; - учитывать эффективные стратегии и тактики ведения деловых переговоров.</p>

		3. Использует приёмы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.	<p>3. <i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы взаимодействия между членами коллектива в команде; - приёмы убеждения, аргументации, выражения точки зрения; <p><i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выразить позицию коллектива и собственную позицию, - систематизировать и обобщить позицию команды; - выбрать наиболее оптимальное решение из предложенных вариантов и аргументировать правильность выбора.
		4. Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.	<p>4. <i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лексико-грамматические и стилистические ресурсы иностранного языка, <p><i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и создавать устные и письменные тексты с опорой на сферы общения, решаемые коммуникативные задачи.
		5. Грамотно и эффективно пользуется иноязычными источниками информации.	<p>5. <i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные правила синтеза и анализа информации, правила использования различных технических средств с целью извлечения информации. <p><i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - извлекать информацию из различных источников;
		6. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.	<p>6. <i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы организации и осуществления коммуникации <p><i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить письменные и устные речевые высказывания.
ПКН-6	Способность применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной	1. Применяет нормы российского законодательства в деятельности туристских и гостиничных организаций.	<p>1. <i>знать</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормы российского законодательства в деятельности туристских и гостиничных организаций; <p><i>уметь</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять нормы российского законодательства при осуществлении профессиональной деятельности.

	<p>деятельности, анализировать, систематизировать, интерпретировать и оценивать изменения нормативной базы развития сферы туризма и гостеприимства.</p>	<p>2. Использует знания российского и международного права в работе с туроператорами, авиакомпаниями, транспортными предприятиями, весовыми центрами.</p> <p>3. Анализирует и оценивает эффективность существующей нормативно-правовой базы в сфере туризма и гостеприимства, определяет перспективы ее совершенствования.</p>	<p>2. знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы российского и международного права в сфере туризма и гостеприимства; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять нормы российского и международного права в работе с туроператорами, авиакомпаниями и другими заинтересованными организациями. <p>3. знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - критерии оценки эффективности существующей нормативно-правовой базы; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и оценивать эффективность существующей нормативно-правовой базы в сфере туризма и гостеприимства, а также определять перспективы ее развития.
<p>Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес», 7 семестр, (о), 2021</p>			
ПКП-4,	<p>Способность взаимодействовать с потребителями, партнерами, собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами, в том числе с использованием информационных и коммуникативных технологий.</p>	<p>1. Использует современные информационно-коммуникативные при взаимодействии с потребителями, партнерами, собственниками бизнеса.</p> <p>2. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с собственниками и партнерами по бизнесу в целях достижения целей оперативного и стратегического управления.</p> <p>3. Применяет цифровые</p>	<p>1. знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы передачи информации в процессе межличностного профессионального общения (устные и письменные формы); <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аргументировано обсуждать и решать проблемы профессионального характера. <p>2. знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы организации и осуществления деловой коммуникации; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять и транслировать общие цели в профессиональной деятельности. <p>3. знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы маркетинга в гостиничной сфере. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать маркетинговые кампании и продвигать продукты с учетом специфики гостиничной

		возможности интегрированных маркетинговых коммуникаций в гостиничной сфере.	сферы.
Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», 2021, 7 семестр, (о), 2021; 7 семестр, 3 з.е. (озо), Туризм, ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный туризм», 2022, 7 семестр, (о)			
ПКП-2	Способность разрабатывать туристские продукты и туристско-рекреационные проекты, осуществлять их рекламу и продвижение.	1.Использует современные технологии в процессе разработки туристских продуктов. 2. Применяет современные методы оценки эффективности туристско-рекреационных проектов. 3. Демонстрирует навыки разработки рекламных кампаний и продвижения туристских продуктов.	1. знать: - основы разработки туристских продуктов; уметь: – применять современные технологии в процессе разработки туристских продуктов. 2. знать: – теоретические основы оценки эффективности проектов в целом и туристско-рекреационных проектов; уметь: - объективно оценивать эффективность туристско-рекреационных проектов. 3. знать: – принципы создания рекламных кампаний и технологий продвижения товаров; уметь: - разрабатывать рекламные кампании и продвигать туристские продукты с учетом специфики туристической сферы.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в индустрии туризма и гостеприимства» относится к профилю «Международный гостиничный бизнес» (элективный) по направлению подготовки 43.03.02 – Туризм ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес», к профилю «Международный и национальный туризм» по направлению подготовки 43.03.02 – Туризм ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный туризм», к профилю «Туристский и гостиничный бизнес» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Туристский и гостиничный бизнес».

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

Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес», 2021, 7 семестр, 3 з.е. (очная форма обучения);

Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», 2021, 7 семестр, 3 з.е. (очная форма обучения);

Туризм, ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный туризм», 2022, 7 семестр, 3 з.е. (очная форма обучения)

Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», 2021, 7 семестр, 3 з.е. (очно-заочная форма обучения)

Таблица 1.1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е. 108	108
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	34	34
<i>Лекции</i>	-	-
<i>Семинары, практические занятия</i>	34	34
Самостоятельная работа	74	74
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Туристский и гостиничный бизнес», 2022, 7-8 семестр, 5 з.е., ИОО, (заочная форма обучения)

Таблица 1.2.

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)	Семестр 8 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	5 з.е. 180	90	90
Контактная работа – Аудиторные занятия	20	10	10
<i>Лекции</i>	4	2	2
<i>Семинары, практические занятия</i>	16	8	8
Самостоятельная работа	160	80	80
Вид текущего контроля	Эссе	Эссе	-
Вид промежуточной аттестации	Зачет	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. Технологии продаж в индустрии туризма и гостеприимства.

Программы по обеспечению роста продаж. Техника осуществления продаж турпродуктов. Прямые продажи, непрямые продажи. Определение цены турпродукта. Основные обязанности менеджера по продажам.

Тема 2. Электронный бизнес в индустрии туризма.

Электронная коммерция, электронная торговля, электронное посредничество. Проблемы и перспективы применения электронного бизнеса в туристской сфере.

Тема 3. Основы бухгалтерского учета в туристской индустрии.

Основные понятия. Методы оплаты. Особенности ведения бухгалтерского учёта в туристской индустрии.

Тема 4. Стандарты профессиональной этики в сфере гостеприимства.

Всемирный комитет по этике туризма. Глобальный этический кодекс туризма. Профессиональная этика и этикет в сфере туризма.

Тема 5. Правовое регулирование индустрии туризма и гостеприимства.

Общая характеристика правового регулирования индустрии туризма. Мировой опыт. Инструменты регулирования международной туристской деятельности.

Тема 6. Деловая поездка.

Планирование и подготовка деловой поездки. Налаживание связей с международными партнерами. Коммуникация. Отчет о командировке и ознакомительном туре.

5.2. Учебно-тематический план

Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес», 2021, 7 семестр, 3 з.е. (очная форма обучения);

Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», 2021, 7 семестр, 3 з.е. (очная форма обучения);

Туризм, ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный туризм», 2022, 7 семестр, 3 з.е. (очная форма обучения)

Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», 2021, 7 семестр, 3 з.е. (очно-заочная форма обучения)

Таблица 2.1

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа-Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Технологии продаж в индустрии туризма и гостеприимства.	18	6	-	6	12	Фронтальный опрос. Презентация.
2.	Тема 2. Электронный бизнес в индустрии туризма.	16	4	-	4	12	Обзор текста. Монологическое высказывание.
3.	Тема 3. Основы бухгалтерского учета в туристской индустрии.	20	8	-	8	12	Обратный перевод. Контрольная работа.
4.	Тема 4. Стандарты профессиональной этики в сфере	18	4	-	4	14	Диалог. Презентация. Ролевая игра.

	гостеприимства						
5.	Тема 5. Правовое регулирование индустрии туризма и гостеприимства	20	8	-	8	12	Круглый стол. Обзор текста.
6.	Тема 6. Деловая поездка.	16	4	-	4	12	Групповые обсуждения и представление материала.
	Итого 7 семестр	108	34	-	34	74	Контрольная работа.
	В целом по дисциплине	108	34	-	34	74	Согласно учебному плану: Контрольная работа.
	Итого в %	100	31		100	69	

Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Туристский и гостиничный бизнес», 2022, 7-8 семестр, 5 з.е., ИОО, (заочная форма обучения)

Таблица 2.2.

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				Формы текущего контроля успеваемости	
		Всего	Контактная работа-Аудиторная работа		Самостоятельная работа		
			Общая, в т.ч.:	Лекции			Семинары, практические занятия
1.	Тема 1. Технологии продаж в индустрии туризма и гостеприимства	30	4	2	2	26	Фронтальный опрос. Презентация.
2.	Тема 2. Электронный	28	2	-	2	26	Обзор текста. Монологическое

	бизнес в индустрии туризма.						высказывание.
3.	Тема 3. Основы бухгалтерского учета в туристской индустрии.	32	4	-	4	28	Обратный перевод. Контрольная работа.
	Итого 7 семестр	90	10	2	8	80	Эссе.
4.	Тема 4. Стандарты профессиональной этики в сфере гостеприимства .	30	4	2	2	26	Диалог. Презентация. Ролевая игра.
5.	Тема 5. Правовое регулирование индустрии туризма и гостеприимства .	30	2	-	2	28	Круглый стол. Обзор текста.
6.	Тема 6. Деловая поездка.	30	4	-	4	26	Групповые обсуждения и представление материала. Эссе.
	Итого 8 семестр	90	10	2	8	80	
	В целом по дисциплине	180	20	4	16	160	Согласно учебному плану: эссе.
	Итого в %	100	11	20	80	89	

5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Тема 1. Технологии продаж в индустрии туризма и гостеприимства.	Методы увеличения продаж. Техника осуществления продаж турпродуктов. Прямые продажи, не прямые продажи. Определение цены турпродукта. Основные обязанности менеджера по продажам. Рекомендуемые источники: 8.1(Unit 2,3), 8.5. (18) 9.3. (Travel Agent, Retail and	Практические Занятия. Презентации. Пресс-конференция.

	Wholesale)	
Тема 2. Электронный бизнес в индустрии туризма.	<p>Электронная коммерция, торговля, посредничество, банки, валюта. Проблемы и перспективы электронного бизнеса в туристской сфере.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.4 (Units 5); 8.7 (Unit 19), 9.2 (E-commerce), 9.3 (E-commerce, E-business, Legal Considerations of E-Commerce, Global E-Commerce: Asia, E-Commerce Solutions)</p>	<p>Практические занятия. Командная работа: brainstorm. Устный диктант.</p>
Тема 3. Основы бухгалтерского учета в туристской индустрии.	<p>Основные понятия бухгалтерии: пассивы и активы, баланс, и т.д.. Методы оплаты. Особенности ведения бухгалтерского учёта в туристской индустрии.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.1 (Unit 3), 8.5 (Unit 26, 27, 28), 8.6 (Unit 19), 8.7 (Unit 3,4), 9.2 (Accounting (finance)), 9.3 (Accounting: Historical Perspectives, Accounting and Bookkeeping)</p>	<p>Практические занятия. Обратный перевод. Последовательный перевод.</p>
Тема 4. Стандарты профессиональной этики в сфере гостеприимства.	<p>Всемирный комитет по этике туризма. Глобальный этический кодекс туризма. Профессиональная этика и этикет в сфере туризма.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.1 (Unit 4), 9.3 (Codes of Ethics)</p>	<p>Практические занятия. Презентация. Ролевая игра.</p>
Тема 5. Правовое регулирование индустрии туризма и гостеприимства.	<p>Общая характеристика правового регулирования индустрии туризма и гостеприимства. Мировой опыт. Инструменты регулирования международной туристской деятельности.</p> <p>Рекомендуемые источники и разделы 8.2 (Unit 3), 9.2 (Public law)</p>	<p>Практические занятия. Диалог. Ролевая игра. Панельная дискуссия.</p>
Тема 6. Деловая поездка.	<p>Планирование и подготовка деловой поездки. Налаживание связей с международными партнерами. Работа в команде. Участие в выставках, конференциях. Отчет о командировке и ознакомительном туре. Примеры ознакомительных туров.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.3 (Unit 1), 8.8 (Unit 5), 8.9 (Unit 10), 9.2 (Business travel), 9.3 (Business travel)</p>	<p>Практические занятия. Презентация видео. Доклады.</p>

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

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

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Технологии продаж в индустрии туризма и гостеприимства.	Методы организации продаж. Переговоры с клиентами, цифровые технологии.	обязательная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя: 1. выполнение заданий, предусмотренных в учебных пособиях 2. выполнение лексико-грамматических заданий, представленных в печатном виде; 3. работа с мультимедийными средствами 4. перевод учебных текстов в рамках пройденной тематики. индивидуальная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя: 1. работа с использованием оригинальных источников (прослушивание аудиоматериала); 2. подготовка ролевых игр 3. написание эссе и обзоров статей 4. работа с интернет-ресурсами внеаудиторная самостоятельная работа: 1. подготовка монологических и диалогических высказываний; обсуждения в группах 2. подготовка ролевых игр и презентаций по теме; 3. выполнение домашних заданий; 4. описание графиков и обработка статистических материалов;
Тема 2. Электронный бизнес в индустрии туризма.	Электронный бизнес в различных отраслях. Тенденции развития.	
Тема 3. Основы бухгалтерского учета в туристской индустрии.	Составление бухгалтерской отчетности.	
Тема 4. Стандарты профессиональной этики в сфере гостеприимства.	Изучение статей всемирного этического кодекса туризма.	
Тема 5. Правовое регулирование индустрии туризма и гостеприимства.	Правовое регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России и за рубежом. Получение визы.	
Тема 6. Деловая поездка.	Основные требования к организации деловой поездки.	

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

Примерный список разделов грамматики для использования в лексико-грамматических тестах.

Тема 1. Clauses of contrast, purpose, reason and result

Тема 2. Types of pronouns: Generic pronouns, reflexive and reciprocal pronouns,

Тема 3. Discourse markers – linking words

Тема 4. Inversion with negative adverbials – adding emphasis

Тема 5. Conditionals and unless, even if, provided, as long as, etc. (other expressions in conditionals).

Тема 6. Gerunds and infinitives

Тема 7. Ellipsis and substitution

Примерная тематика докладов /презентаций

Тема 1. Технология продаж в туризме.

Тема 2. Современные тенденции электронного бизнеса.

Тема 3. Актуальное программное обеспечение для бухгалтерского учета.

Тема 4. Цели устойчивого развития.

Тема 5. Национальные особенности правового регулирования в туризме.

Тема 6. Деловая поездка как фактор продвижения в карьере.

Примерные задания на развитие навыков и умений

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. Представьте обзор статьи.

10. Напишите и сделайте доклад по предложенной теме.

11. Сделайте презентацию на тему.

12. Напишите эссе по предложенной теме.

13. Опишите график

Структура контрольной работы (очная / очно-заочная формы обучения)

Семестр	Структура
7	1) Аудирование. Количество заданий – 10 (макс. 2 балла) 2) Лексико-грамматический тест. Количество заданий – 40 (макс. 4 балла) 3) Выполнение письменного задания (развернуть предложенный тезис – 100 -150 слов) (макс. 4 балла). Итого макс.: 10 баллов

Образец титульного листа контрольной работы

Текущий контроль успеваемости

(Контрольная работа)

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

(Финиуниверситет)

Департамент иностранных языков и межкультурной коммуникации
КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Иностранный язык в индустрии туризма и гостеприимства»

43.03.02 Туризм,

ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес»,
профиль «Международный и национальный туризм»

ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Туристский и гостиничный бизнес»,
ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный
туризм»

4 курс VII семестр
20__ - 20__ учебный год
Вариант 1

Работу выполнил/а студент/ка _____ гр. _____

Система оценки знаний по учебной дисциплине
«Иностранный язык в индустрии туризма и гостеприимства»

Текущая семестровая оценка сентябрь-октябрь/ февраль-март 20__/20__ уч.г.	Текущий контроль успеваемости (10 баллов)			Итоговая оценка
	Аудирование (10 заданий)	Лексико- грамматический тест (40 заданий)	Письменное задание	
10 баллов	2 балла	4 балла	4 балла	20 баллов

Работу составил(а) (ФИО преподавателя)

Работу проверил(а) _____ (ФИО преподавателя)

Заместитель руководителя Департамента
иностраных языков и межкультурной
коммуникации по учебной и учебно-
методической работе _____ (Ф.И.О.)

«___» _____ 20__ г.

Пример контрольной работы

LISTENING

Questions 1-7

Complete the notes below.

Write NO MORE THAN THREE WORDS AND/OR A NUMBER for each answer.

TRAVEL AGENCY

<i>Example</i>	<i>Answer</i>

Name of tour:	Magic One Day
Departure time:	1 _____ on Saturdays
Return time:	6:00 p.m
Transportation:	2 _____ or minibus
Group size:	15 – 25 tourists
Cost:	3 _____ per person including 4
Peak season:	tourists need to 5 _____ 2 days ahead.
Payment:	6
Reference number of tour:	7

Questions 8-10

Choose THREE letters, A-G.

Which **THREE** attractions can tourists visit at present in Edinburgh?

- A City Hall
- B Old Castles
- C Zoo
- D Art Studio
- E Royal Palace
- F Seabird Centre
- G Aquarium

READING

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

How technology has transformed the travel industry

There has been a digital revolution for holidaymakers, and technological advances may see increased personalisation take off.

At the turn of this century, planning a holiday might have entailed a visit to the local travel agent. Or for the more adventurous traveller armed with a well-thumbed guidebook, relying on trusted word-of-mouth recommendations to set their travel agenda. Today, thanks to breakthroughs in technology and high-speed internet, travellers can book their own flight and hotels online, choose to stay in a stranger's house, and rather than entering that unfamiliar restaurant with trepidation, search online reviews on their mobile while connected to the hotel Wi-Fi.

“Digitalisation has given us choice in a big way,” says Tamara Lohan, co-founder and chief technology officer at boutique hotels website Mr & Mrs Smith. “More people are

travelling than ever before, and companies like Airbnb encourage younger people to explore sooner, and in a more cost-effective way. Technology has also given us more information on the place we are going than ever before. Want to know if there is an artisan chocolatier close to your hotel in Amsterdam? Well, now you can – in seconds.”

In the digital age, we’ve become a generation of DIY travellers who plan, manage and book travel online. So what has this meant for businesses in the travel industry?

For travel agents, the rise of digital has severely disrupted the industry. “Traditional travel distribution in which high street travel agencies played a dominant role was revolutionised with online travel agencies and direct distribution through airlines and hotels’ websites acquiring a key role,” explains

Angelo Rossini, contributing analyst at Euromonitor International.

“Low-cost carriers and online travel agencies were the clear winner of the online travel revolution over the past 15 years, changing the way today consumers plan and book their trips. Tour operators suffered the rise of independent travel and are today embracing the online and mobile channels in order to stay competitive,” says Rossini.

While the internet killed off many high street travel agents, others have been forced to adapt to a very changing marketplace, with many embracing the internet by introducing online bookings.

One of the biggest disruptors to the travel industry has of course been Airbnb, which spurred the launch of other similar online-only companies such as One Fine Stay.

Technology has also presented new opportunities for small businesses in the travel sector, allowing consumers worldwide to stumble across say a B&B in Brighton or luxury safari park in Kenya through online review sites, social media and the businesses’ own websites.

So how will technology shape the future of travel? “The next few years will see travellers requiring an increasingly personalised service, with companies able to suggest them customised products on the basis of their profiles and past behaviour,” says Rossini. With many travellers already seeking a more customised and “local” experience, truly personalised trips are already beginning to take off.

1. Digital revolution for holidaymakers means increased customization.
2. Due to technology advancements and high-speed internet, travellers can book online accommodation, car hire, air tickets and unfamiliar restaurants. _____
3. Firms like Airbnb enable younger people to travel in a more costly way.
4. The travel industry has undergone technological disruption, altering Traditional travel distribution in which high street travel agencies played a dominant role. ____
5. Travellers are seeking a more “local” experience rather than customised products based on their profiles and past behaviour. _____

GRAMMAR

Complete the newspaper article with the correct verb form.

Integrating ethics into tourism: beyond codes of conduct

The industry is **16) *faced/facing/faces*** with increasingly pressing challenges but

embedding ethics into core strategy makes good business sense

As the world's largest service industry, contributing an estimated 5% to worldwide GDP, tourism **17) created/creates/create** both jobs and wealth but also has clear social and environmental consequences. The industry is therefore faced with a range of increasingly pressing challenges.

Over the last few years, hotel companies **18) has made/made/have made** a determined effort to deal with the impact their business activities have on the environment, particularly by measuring and reducing their carbon and water footprints. Both major international hospitality companies and small businesses recognise that **19) it is/there are/these are** tangible benefits in doing this, including real efficiency gains and an improved corporate reputation.

Another closely linked challenge for companies is how to manage the ethical operation of their business. Ethical issues **20) arise/are arising/have been arisen** in four main areas: the supply chain, the local community (in the tourism destination), the workplace, and customers. There may be concerns about forced labour in the supply chain or exploitation of migrant workers in the workplace for example; or local people may – often rightly – **21) perceives/perceived/perceive** be that they have little or no share in the economic benefits of tourism, while bearing a disproportionate burden from environmental degradation.

In 1999, the UN World Tourism Organisation (UNWTO) **22) has devised/devised/had devised** and adopted a global code of ethics for tourism, designed to minimise the negative effects of tourism activity on destinations and local communities, which **23) was officially recognised/had officially been recognised / officially recognised** by the UN in 2001.

Encouragingly, there is evidence that the hotel industry **24) assuming/is assuming/assume** a proactive, collective approach to human rights and business ethics, incorporating human rights risk mapping, employee training on responsible business, and sustainable local benefits. Major hotel companies **25) have taken/took/are taking** significant steps in the past few decades to integrate policies on human rights into their stated policies on business conduct and ethics.

Adapted from: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/blog/integrating-ethics-into-tourism>

VOCABULARY

For questions 1–10, read the text below. Use the word given at the end of some of the lines to form a word that fits in the gap in the same line. There is an example at the beginning (0).

The (0) tourism industry has reached an unprecedented level of demand.	GLOBALISATION	Answers : GLOBAL
For the first time in history, the number of tourists (26) international borders in a single year reached over one billion in 2012, according to the United Nations World Tourism Organisation (UNWTO).	CROSS	

While just over 50% of these tourist (27)were from Europe, much of this demand is being fuelled by rising household incomes in emerging economies – not only the Brics (Brazil, Russia, India and China)but increasingly across the rest of south-east Asia and Latin America. In addition to increasing levels of international travel, it is estimated that another five to six billion people travel in their own country every year.	ARRIVE	
Given these statistics, it is little surprise that tourism is one of the world'sfastest-(28).....industries.	GROWTH	
Yet while the positives are often widely broadcast – tourism currently accounts for 9% of world GDP, \$1.3tn in exports and 6% of world trade, aswell as bringing economic (29).....to local communities and encouraging greater global connectivity – the negatives are less likely to bediscussed, including greenhouse gas (30), water (31) and waste management.	BENEFICIAL EMIT CONSUME	
How the tourism industry can manage this dramatic growth, while reducingits less (32) consequences, formed the backdrop for a recent Guardian roundtable discussion sponsored by international leisure travel group TUI Travel.	SUSTAIN	

Match the terms with the definitions.

41 travel aggregator site	a) 1-3 hour flight
42 tour operator	b) different product line on a single platform (Air tickets, Hotels, car rental)
43 tourist route	c) tourism that can be sustained over the long term because it results in a net benefit for the social, economic, natural and cultural environments of the area in which it takes place
44 sustainable tourism	d) a route developed to attract tourists to an area to view or experience something unique to that area (e.g. wine route, whale route, heritage route, battlefield route)
45 short haul	e) a person or company which creates and/or markets inclusive tours and subcontracts with suppliers to create a package

WRITING 46-50

Write a response to a letter of complaint.

Write at least 150 words and leave a few minutes to check what you have written.

Dear Mr Geiger

I am writing to complain about my visit to your hotel. I stayed with you for two nights on the 25th and 26th May this year and I am dissatisfied with the service I received.

Your website claims that guests receive a warm welcome, but when I arrived at reception on the first night I had to wait 25 minutes before a receptionist helped me.

I had booked a double room with an en-suite bathroom through the Internet, but there were no en-suite rooms available so I had to use the bathroom in the corridor.

The website also says the hotel is comfortable and relaxing. But my room was too hot and at night there was construction noise from outside.

I often visit your city and stay overnight for business. While your hotel is near the centre and therefore convenient, I will have to stay somewhere else if the service does not improve. I hope you will provide better service next time.

Yours

sincerely

Rosalind Lee

From:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=27&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjQybujp7LIAhUyxaYKHQEZBGQQFjAaegQICRAB&url=https%3A%2F%2Ftuoitrenews.vn%2Fnews%2Fenglish-study%2F20111019%2Fresponding-to-a-letter-of-complaint%2F35509.html&usg=AOvVaw1yNUWJza4kbB21q_E88WuK

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwikgYjcvq3lAhWQp4sKHR8xCJkQFjACegQICBAB&url=https%3A%2F%2Fieltsionlinetests.com%2Fielts-mock-test-2017-february-listening-practice-test-1&usg=AOvVaw0wW7htoVeQl6M pPSEkLLI->

Listening (<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwikgYjcvq3lAhWQp4sKHR8xCJkQFjACegQICBAB&url=https%3A%2F%2Fieltsionlinetests.com%2Fielts-mock-test-2017-february-listening-practice-test-1&usg=AOvVaw0wW7htoVeQl6M pPSEkLLI->)

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

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе «2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Таблица 5

Код компетенции и Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», 2021, 7 семестр (о), 2021, 7 семестр (озо), Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Туристский и гостиничный бизнес», 2022, 7-8 семестр, ИОО (з) Туризм, ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный туризм», 2022, 7 семестр (о)			
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.	1. знать: - теоретические основы организации коммуникации (психологический и лингвистический аспект); уметь: - анализировать и применять на практике знания психологии общения, адекватного лингвистического оформления сообщений в ситуациях решения стандартных коммуникативных задач;	1.Интервью с экспертом. Imagine your friend is invited to attend the Interview for the position of a Sales manager in a hotel. He asks you for a piece of advice, since you are an experienced hotel employee. Make up a dialogue. Групповое обсуждение. Group discussion. Imagine you participate in a panel discussion of the importance of the Global Code of Ethics for Tourism. You may choose any Article of the Code to talk about or provide a general overview of this document.
	2. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя	2. знать: - функции и виды, социально-психологическую структуру общения; модели эффективного личного и делового (профессионального) общения; уметь: - анализировать социально-психологические феномены личного и профессионального	2. Ролевая игра Role play a Press-conference of the UNWTO officials. Journalists should be ready to ask not less than 5 questions about the organization, its structure, activity priorities etc. Командная работа с текстом. The group is divided into 2 subgroups. They receive 2 different texts dealing with

	современные информационно-коммуникационные технологии.	общения, применять знания осуществления коммуникации при проведении деловых переговоров; - учитывать эффективные стратегии и тактики ведения деловых переговоров.	the topic covered already. and each group team leader distributes the task among his group members : 1.explain unfamiliar words/expressions 2.make up a list of key words/phrases 3.suggest a detailed plan of the text 4. summarise the text 5. prepare 2-3 tasks to check comprehension
	3. Использует приёмы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.	3. знать: - основы взаимодействия между членами коллектива в команде; - приёмы убеждения, аргументации, выражения точки зрения; уметь: - выразить позицию коллектива и собственную позицию, - систематизировать и обобщить позицию команды; - выбрать наиболее оптимальное решение из предложенных вариантов и аргументировать правильность выбора.	3. Работа в команде с активным словарем. The group is divided into 3-4 subgroups and each of the subgroup is supposed to prepare a task for another group members, based on the new text they are dealing with : - match the words to make collocations verb – noun ; - match the words to make collocations adjective-noun ; - fill in the gaps with the prepositions ; - fill in the gaps with the right verb form. The tasks could be put on the blackboard or demonstrated on the screen. Подготовка группового выступления. Work in pairs or groups of 3. The task is to present the material dealing with most popular types of tourism, using the texts we have covered and some additional material from the Internet. The format of presenting the results of your work could be: dialogue, roleplay Interview, debates, Presentation. Upon your choice.
	4. Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.	4. знать: - лексико-грамматические и стилистические ресурсы иностранного языка, уметь: - анализировать и создавать устные и письменные тексты с опорой на сферы общения, решаемые коммуникативные задачи.	4. Подготовка монологического высказывания по заданной теме. Imagine your friend is going to participate in a conference. He needs your help to prepare a presentation «Tourism economy overview» ; You should expand on : • Tourism as a global force for economic development • Economic impact of the tourism industry • Tourism contribution to economic development

			<p>Работа в парах с переводом. Work in pares. Find on the Internet a short article or passage from an article dealing with Tourism economy. Translate it into Russian and submit your Russian version to your partner at the lesson to make the so called “back translation”. The whole group can see both initial English passage and Russian version on the screen.</p>
	<p>5. Грамотно и эффективно пользуется иноязычными источниками информации.</p>	<p>5. знать: - основные правила синтеза и анализа информации, правила использования различных технических средств с целью извлечения информации.</p> <p>уметь: - извлекать информацию из различных источников;</p>	<p>5. Подготовка доклада. Find an article dealing with Tourist product on the Internet and make a Presentation. Your report should include: · A glossary of useful words and collocations · Key points of the article. · Your point of view on the issue. · A set of questions for the audience.</p> <p>Письменное высказывание по теме. Expand on the following statement and provide an example of such body focusing on its mission. Primary functions and structure (250 words). <i>Tourism organizations help to monitor the sustainable development of the Travel and tourism industry at the International, regional and local levels/</i></p>
	<p>6. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.</p>	<p>6. знать: - теоретические основы организации и осуществления коммуникации</p> <p>уметь: - производить письменные и устные речевые высказывания.</p>	<p>6. Эссе. Support or refute the following statement : <i>World, National, Regional and other Tourism organisations are at the forefront of tourism trends and travelers’ minds promoting global tourism and friendship.</i></p> <p>Письменный ответ на жалобу. You have received the letter of complaint from your hotel guest. Write a short reply (50-60 words) including the following points: - Apologise for the mistakes that were</p>

			made.
<p>ПКН-6</p> <p>Способность применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности, анализировать, систематизировать, интерпретировать и оценивать изменения нормативной базы развития сферы туризма и гостеприимства.</p>	<p>1. Применяет нормы российского законодательства в деятельности и туристских и гостиничных организаций.</p> <p>2. Использует знания российского и международного права в работе с туроператорами, авиакомпаниями, транспортными предприятиями, весовыми центрами.</p> <p>3. Анализирует и оценивает эффективность существующей нормативно-правовой базы в сфере туризма и гостеприимства, определяет перспективы ее совершенствования.</p>	<p>1. знать:</p> <p>- нормы российского законодательства в деятельности туристских и гостиничных организаций;</p> <p>уметь:</p> <p>- применять нормы российского законодательства при осуществлении профессиональной деятельности.</p> <p>2. знать:</p> <p>- основы российского и международного права в сфере туризма и гостеприимства;</p> <p>уметь:</p> <p>- применять нормы российского и международного права в работе с туроператорами, авиакомпаниями и другими заинтересованными организациями.</p> <p>3. знать:</p> <p>- критерии оценки эффективности существующей нормативно-правовой базы;</p> <p>уметь:</p> <p>- анализировать и оценивать эффективность существующей нормативно-правовой базы в сфере туризма и гостеприимства, а также определять перспективы ее развития.</p>	<p>1. Обзор статьи по нормы российского законодательства в туризме и составление ее аннотации на английском языке.</p> <p>Диалог между тур агентом и клиентом об оформлении визы.</p> <p>2. Составить ментальную карту (mindmap) о международном праве в сфере туризма и гостеприимства.</p> <p>Подготовка презентации на тему: «Нормы российского и международного права в различных отраслях туризма».</p> <p>3. Работа в команде: Round table on the legal norms in tourism.</p> <p>Творческое задание: Предложить законодательную инициативу в сфере туризма.</p>
<p>Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный</p>			

бизнес», 7 семестр, (о), 2021			
<p>ПКП-4, Способность взаимодействовать с потребителями, партнерами, собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами, в том числе с использованием информационных и коммуникативных технологий.</p>	<p>Использует современные информационно-коммуникативные приемы взаимодействия с потребителями, партнерами, собственниками бизнеса.</p> <p>2. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с собственниками и партнерами по бизнесу в целях достижения целей оперативного и стратегического управления.</p> <p>3. Применяет цифровые возможности интегрированных маркетинговых коммуникаций в гостиничной сфере.</p>	<p>1. знать: - способы передачи информации в процессе межличностного профессионального общения (устные и письменные формы); уметь: - аргументировано обсуждать и решать проблемы профессионального характера.</p> <p>2. знать: - основы организации и осуществления деловой коммуникации; уметь: - определять и транслировать общие цели в профессиональной деятельности.</p> <p>3. знать: - основы маркетинга в гостиничной сфере.</p> <p>уметь: - разрабатывать маркетинговые кампании и продвигать продукты с учетом специфики гостиничной сферы.</p>	<p>1. Знать: Исследование о приемах убедительного письма. Find a video about the principles of convincing writing. Speak about common mistakes and how to avoid them. Write down a number of tips. Present them in front of the audience. Уметь: Участие в ролевой игре на заданную тему “Business negotiations” с предварительным обменом письмами.</p> <p>2. Знать: Подготовить глоссарий активной лексики для устной и письменной деловой коммуникации. Уметь: Написать ответ на жалобу. Give a reply to a complaint letter.</p> <p>3. Знать: Круглый стол на тему “The peculiarities of marketing in hospitality”. Представьте интервью с экспертом по маркетингу в гостиничном бизнесе. Уметь: Разработка письменного и визуального сопровождения продукта.</p>
<p>Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», 2021, 7 семестр, (о), 2021; 7 семестр, 3 з.е. (озо), Туризм, ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный туризм», 2022, 7 семестр, (о)</p>			
<p>ПКП-2 Способность</p>	<p>1.Использует современные</p>	<p>1. знать: - основы разработки туристских продуктов;</p>	<p>1. Знать: Доклад - презентация на тему: Write a review on a article, describing</p>

<p>разрабатывать туристские продукты и туристско-рекреационные проекты, осуществлять их рекламу и продвижение.</p>	<p>е технологии в процессе разработки туристских продуктов.</p> <p>2. Применяет современные методы оценки эффективности туристско-рекреационных проектов.</p> <p>3. Демонстрирует навыки разработки рекламных кампаний и продвижения туристских продуктов.</p>	<p>уметь: – применять современные технологии в процессе разработки туристских продуктов.</p> <p>2. знать: – теоретические основы оценки эффективности проектов в целом и туристско-рекреационных проектов;</p> <p>уметь: - объективно оценивать эффективность туристско-рекреационных проектов.</p> <p>3. знать: – принципы создания рекламных кампаний и технологий продвижения товаров;</p> <p>уметь: - разрабатывать рекламные кампании и продвигать туристские продукты с учетом специфики туристической сферы.</p>	<p>current trends in tourism products development.</p> <p>Уметь: Составить список ключевых сайтов с лексикой для использования в деловой корреспонденции на иностранном языке.</p> <p>2. Знать: Написание обзора аутентичного текста по ведению проектов в туризме.</p> <p>Уметь: Задание по видео с дальнейшим обсуждением. Watch the video (Debate Noam Chomsky & Michel Foucault – On human nature): https://www.youtube.com/watch?v=3wfN12L0Gf8 Hold a debate with your partner.</p> <p>3. Знать: Подготовить доклад-презентацию о наиболее успешных рекламных кампаниях.</p> <p>Уметь: Участие в ролевой игре “Обсуждение рекламной кампании” You are divided into two teams to present a marketing campaign in your business. Choose a leader of each team, the secretary. Use various speaking techniques. Try to get a logical argumentation.</p>
--	--	--	---

Структура зачета/ экзамена (очная, очно-заочная заочная формы обучения)

Семестр Форма контроля	Структура
7 семестр Зачет (для заочной формы обучения: 7 семестр - зачет 8 семестр - экзамен)	Письменная часть – 30 баллов: 1. Прослушивание аудио текста на иностранном языке по тематике курса и выполнение заданий на его основе (10 заданий) (10 баллов); 2. Лексико-грамматический тест (40 заданий) (10 баллов); 3. Письменное высказывание по заданной теме (Fam trip) (10 баллов). Устная часть – 30 баллов: 1. Анализ кейса (Panel discussion) (30 баллов).

Образцы для подготовки к зачету/ экзамену

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет)**

Департамент иностранных языков и межкультурной коммуникации

ЗАЧЕТНАЯ РАБОТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Иностранный язык в индустрии туризма и гостеприимства»

43.03.02 Туризм,

ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес»,
 профиль «Международный и национальный туризм»

ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Туристский и гостиничный бизнес»,
 ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный
 туризм»

4 курс VII семестр

20__/20__ учебный год

Вариант 1

Работу выполнил студент _____ гр. _____

Система оценки знаний по учебной дисциплине

«Иностранный язык в индустрии туризма и гостеприимства»

Текущий контроль успеваемости (сентябрь-октябрь 20__/20__ уч.г.	Текущая семестровая оценка (ноябрь - декабрь 20__/20__ уч.г.	Зачет				Оценка за зачет	Итоговая оценка
		Письменная часть			Устная часть		
		Аудирование (10 заданий)	Лексико-грамматический тест (40 заданий)	Письменное задание (Fam trip)	Устная часть (Анализ кейса) -		

Макс.- 20 б.	Макс.- 20 б.	Макс.- 10 б.	Макс.- 10 б.	Макс.- 10 б.	Макс.- 30 б	Макс. - 60 б	Макс. - 100 б.

Работу подготовила _____ Ф.И.О. преподавателя
Работу проверил(а) _____ Ф.И.О. преподавателя

Заместитель Руководителя Департамента
иностраных языков и межкультурной
коммуникации по учебной и учебно-
методической работе _____ (Ф.И.О.)

« » 20 г.

Пример зачетной работы

LISTENING

Listen to a teacher is giving a lesson on the effects of tourism and answer the questions.

1. According to the teacher, does tourism damage the things that tourists come to see?

2. How many foreign tourists visited Goa per year before 1986?

3. How would you describe the trend in package holidays to Goa from 1986?

4. What did locals protest against?

5. What do local people benefit from?

Listen again and complete the extract.

These mangrove swamps are really important for reducing **6.**_____, so their removal is really damaging. The disposal of rubbish and sewage is also an issue, and much of it is dumped at sea, destroying the **7.**_____.

8. _____, as young Indians are influenced by Western ways.. Festivals become Westernised -

9._____ - losing their cultural significance. **10.** _____ is also on the increase, where tourists are threatened, assaulted and robbed by members of the local population. .

READING

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

Six reasons why mass tourism is unsustainable

Despite the slow but steady increase in the number of enterprises claiming to be responsible or green, the fact remains that the current system of mass international tourism is utterly unsustainable.

Thanks to the application of the same industrial model developed for cars, houses and consumer goods, international tourism has exploded in size since the 1950s and swept into virtually every nook and cranny of the planet, washing up cash, jobs, golf courses, airports and enormous amounts of real estate.

Claimed by the UN World Tourism Organisation as a stimulant of economic recovery, tourism is, undoubtedly, a force to be reckoned with. It generates more than \$2.1tn in annual revenues. In many countries and regions of the world, tourism is now the primary source of foreign exchange, employment and cash.

The industry resembles a high-speed train, crammed with passengers with cheap tickets, racing toward a cliff edge. So it's worth asking why this challenge generates so little debate in the press and in general business literature.

Ending the unsustainable travel addiction

Clearly the media makes a lot of money from advertising holiday locations around the world, but on a broader level, perhaps providers, customers and regulators have each become so addicted to the promise and pleasures of cheap and frequent travel that the prospect of going without is simply too much to contemplate. Perhaps a form of "willful blindness" has infected us all.

The challenge turns out to be far more complex than just the prospect of run-away volume growth on a finite planet. Many sectors are running themselves into the ground financially as margins dwindle to razor thin. Meanwhile, thanks to congestion or overuse of scarce water and land resources, many destinations are destroying the landscapes and attractions, both natural and cultural, on which they depend.

I have come up with six key reasons why the current tourism model is way past its prime and why more of us need to focus on creating alternatives:

1. Mass industrial tourism is based on the assembly, distribution and consumption of packaged products and, as a consequence, one product is substitutable for another. The commodification of what should be revered as unique is further aggravated by the application of industrial cost cutting strategies of homogenisation, standardisation and automation that further strip out any remaining vestiges of difference, let alone mystique. Tourists "do" places and rarely get the chance to stand in awe and wonder.
2. In most youthful destinations, low barriers of entry and zero regulation encourage rapid growth and speculation. Both local politicians and often not-so-local developers benefit enormously from this growth, but rarely stay put long enough to have to cope with the crises caused by overcapacity and volatile demand.
3. The product is perishable - it's a time-based service - and can't be stocked. So when capacity goes up and demand declines, price discounting is the adaptive tactic of choice.
4. Technological connectivity and price comparison engines have shifted purchasing power to consumers, who have been convinced, by repeated discounting, that cheap travel is now a right - not a privilege. This accelerates the downward pressure on prices and yields.

5. Residents of tourism hotspots, who may have welcomed the first influx of visitors, soon find that cheap travel doesn't reduce their costs. Visitors cause land, food, water, housing and infrastructure prices to increase at a rate closely correlated with the decline in tourism operators' margins. Sadly, more tourism often means less benefit to the host communities.

6. Having fought so hard to be recognised as an industry, the tourism community fragments back into its specific sectors when issues of waste, carbon, water scarcity and other "externalities" are raised. Airlines don't pay taxes on aviation fuel and have fought carbon-related charges for decades.

What's to be done

We need to develop the idea of conscious travel and start to imagine a better alternative. Unfortunately, there is no magic wand or silver bullet; change will need to occur at the grassroots level, one destination at a time.

It will first and foremost require hosts to wake up and see their world differently - not as a resource to be exploited, but as a sacred place to be protected and celebrated for its uniqueness.

Second, it is important they start to view their customers not as mere units of consumption, but as guests seeking to be healed and transformed. Our conscious or mindful alternative is about less volume, congestion, hassle, destruction and harm and about more meaning, purpose, value, peace and fulfillment. In short, not more but better.

11. Mass international tourism claims to be responsible or green. ____

12. In many developing countries and regions of the world, tourism is now the primary source of foreign exchange, employment and cash. _____

13. Holiday providers promise cheap and frequent travel because mass media makes a lot of money from advertising holiday locations around the world. _____

14. Tourists rarely get the chance to stand in awe and wonder because of homogenisation, standardisation and automation. ____

15. There is magic wand or silver bullet to develop the idea of conscious travel and start to imagine a better alternative. _

VOCABULARY

Match the terms with the definitions.

16. adoption rate	a) a special fare ticket that allows either unlimited train travel, or travel for a certain number of days/weeks, in many European countries (except in Britain, where the Britrailpass offers similar travel in England, Scotland, and Wales)
17. electronic ticket	b) the percentage of tickets issued through an online booking system compared to the traditional booking channel of agent-assisted reservations.
18. ecotourism	c) a "paperless" airline ticket allowing one to check-in and fly with just proper photo ID. What may look like a ticket is actually just a paper passenger receipt

19. responsible tourism	d) travel that extends beyond being merely environmentally responsible, to being culturally-conscious and economically-aware, locally
20. eurailpass	e) a system that allows a customer to make a reservation online and receive an immediate confirmation
21. online reservation system	f) an online travel agency can be utilized by a traveler in order to book everything they need for their trip in one place. This can include making hotel reservations, flight reservations and in-destination reservations like tours, attractions, activities.
22. online travel agency (OTA)	g) a reservation software that allows clients to book online directly with your company
23. online booking system	h) tourism directed at exotic and/or endangered destinations while fostering an environmental understanding and conservation

Choose the most suitable word to fill the gaps

The topic of (24)_____ and security in the tourism industry is of vital (25)

_____ globally. In recent years, and mainly after the 9/11 event, both academics and practitioners have started to look into crisis management issues seeking workable solutions in order to

(26)_____ the negative impacts of safety and security incidences on the tourism industry and affected destinations. Tourism, Safety and Security: a multi dimensional analysis brings together the writings of international leading academics and practitioners in this field to discuss prevention measures and crisis management options, in incidences of tourism safety and security.

As a fundamental frame of reference for responsible and (27)_____ tourism, the GlobalCode of Ethics for Tourism (GCET) is a comprehensive set of principles designed to guide key-players in tourism development. Addressed to governments, the travel industry, communities and tourists alike, it aims to help maximise the sector's (28)_____ while minimising its potentially negative impact on the environment, cultural (29)_____ and societies across the globe.

Adopted in 1999 by the General Assembly of the World Tourism Organization, its acknowledgement by the United Nations two years later expressly encouraged UNWTO to (30)

_____ the effective follow-up of its provisions. Although not legally binding, the Code features a voluntary implementation mechanism through its recognition of the role of the World Committee on Tourism Ethics (WCTE), to which stakeholders may refer matters concerning the application and interpretation of the document.

24	A safety	B savings	C safe	D save
25	A important	B importance	C importantly	D import
26	A mitigate	B increase	C limit	D influence
27	A sustaining	B sustain	C sustainability	D sustainable
28	A beneficial	B benefication	C benefits	D beneficiary

29	A heritability	B heritage	C heritable	D heritor
30	A promotion	B promote	C promoting	D promotability

Translate into English.

31. British (отдыхающие) appear to be getting much more active on holiday, as beach breaks move down from fourth position to fifth, being overtaken by wildlife holidays (fourth) and walking (third).

32. Learning a new skill abroad is gaining momentum – you will see increases in expert-led (обучающие поездки), gastronomy and wine tasting.

33. Rail, cruising and (оздоровительный отдых) are also going to get more popular this year.

34. Italy was the most desired (направлением) of 2018 in our survey, followed by France, Spain and Greece.

35. But the USA, Canada, South America and Iceland with (островным отдыхом) show some appeal.

36. Recognising the value and peace of mind that booking with a (тип оператора) offers in uncertain times, holidaymakers who wouldn't have previously considered booking a package holiday are now taking a second look.

37. The boutique and design hotels on offer that perhaps wouldn't have traditionally been associated with (организованными туристическими поездками) are attracting a new holidaymaker, one that places an emphasis on interior design and food.

38. This is expected to continue with more millennials joining the more traditional package (туристами).

39. Going hand in hand with this trend, holidaymakers are also looking for a (более индивидуальный тип) than ever before.

40. They want the ability to unpack and personalise their package holiday through new and (инновационных услуг) that can be added on to fit their holiday wishes.

Adapted from: <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/travel-trends-2018-where-to-go-millennials-package-holidays-responsible-tourism-kuellap-turkey-a8147736.html>

41-50 WRITING

Familiarization trip is a trip exclusively for travel agents that are provided by suppliers or travel operators. Sharing your travel experiences is a great way to gain professional credibility, attract new clients and build interest in your travel consulting services.

Imagine that you have just returned from the fam trip. Complete the fam trip report.

FAM TRIP REPORT

Tell us where you've been:

Destination(s): _____

Name of Cruise/Tour (if applicable): _____ Cruise Line and/or Tour Provider:

_____ Ship and/or Hotel/Resort Name(s): _____ Duration:

Dates Traveled: _____

Tell us about your trip:

Please answer all four (4) questions below in a minimum of 3-4 sentences. Try to be as descriptive as possible:

What did your itinerary look like? How would you rate it: good or bad? _____

What were the highlights of your trip overall, what did you learn that a client would not find online about this trip, supplier or destination – what insight did you gain? _____

How were the accommodations? Include information that is worth mentioning about your room as well as any other room(s) you visited: _____

Who is this trip most suitable for? Why? _____

Choose a minimum of three (3) questions below to answer about your experience:

Is there anything clients or fellow consultants should know or be careful about?

_____ How was the dining and entertainment on the ship/tour? _____

What interesting activities did you do while in port? _____

Are there any pre and/or post packages you would particularly recommend with this sailing/tour? _____

Finally, if there is anything else about your trip that is noteworthy and should be shared with travelers, please tell us about it below.

Образцы для подготовки к экзамену

Структура экзамена:

Письменная часть – 30 баллов:

1. Прослушивание аудио текста на иностранном языке по тематике курса и выполнение заданий на его основе (10 заданий) (5 баллов);
2. Лексико-грамматический тест (40 заданий) (10 баллов);
3. Письменное высказывание по заданной теме (Fam trip) (10 баллов).

Устная часть – 30 баллов:

1. . Анализ кейса (Panel discussion) (30 баллов).

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет)

Департамент иностранных языков и межкультурной коммуникации

ЭКЗАМЕНАЦИОННАЯ РАБОТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Иностранный язык в индустрии туризма и гостеприимства»

43.03.02 Туризм,

ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Туристский и гостиничный бизнес»,

4 курс VIII семестр

20__/20__ учебный год

Вариант 1

Работу выполнил студент _____ гр. _____

Система оценки знаний по учебной дисциплине

«Иностранный язык в индустрии туризма и гостеприимства»

Текущий контроль успеваемости (сентябрь-октябрь 20__ 202__ уч.г.	Текущая семестровая оценка (ноябрь - декабрь 20__ / 20__ уч.г.	Экзамен				Оценка за экзамен	Итоговая оценка
		Письменная часть		Устная часть			
		Аудирование (10 заданий)	Лексико-грамматический тест	Письменное задание (Fam trip)	Устная часть (Анализ кейса) -		

			(40 заданий)				
Макс.- 20 б.	Макс.- 20 б.	Макс.- 10 б.	Макс.- 10 б.	Макс.- 10 б.	Макс.- 30 б	Макс. - 60 б	Макс. - 100 б.

Работу подготовила _____ Ф.И.О. преподавателя
Работу проверил(а) _____ Ф.И.О. преподавателя

Заместитель Руководителя Департамента
иностраннных языков и межкультурной
коммуникации по учебной и учебно-
методической работе _____ (Ф.И.О.)

« » 20 г.

Пример письменной части экзамена

Listening

You will hear a report on the future trends in hospitality industry. Fill in the gaps with words and phrases used by the speaker (<https://www.youtube.com/watch?v=uQCT0u5s6-k>).

The Internet has caused serious changes in our 1) _____ and will continue to do so.

In order to influence them you will first have to make 2) _____ on the internet noticeable and then make your 3) _____ and flawless.

4) _____ force people to unite and share in a common cost pool.

With the help of common travel platforms people can share their 5) _____ and _____.

Due to he concept of the internet of things and technological transformation nearly 6) _____ will go online within 7) _____.

As a consequence of big data usage and CRM analysis, 8) _____ will be recorded and every consumer experience 9) _____.

Despite websites facilities, people want to be able to see the places where they will spend time and stay in 10) _____ and walk around.

Listen again and mark the statements as T/F/NS:

1. Internet access allows us to reach different accommodation options in the regions to be travelled, though not every detail from price comparisons to facility features is available.
2. Vast majority of the new generation guests are impressed by the photos and videos they viewed on the internet and the comments they read on online booking sites.
3. According to the author, it all depends on seamless online booking experience.
4. Mobilization already has its highest importance and is not going to change.
5. Now hotels or holiday companies offer their services to their target audiences only through websites, not through brochures and other advertisements.

Lexical and grammar test

Read the 1st part of the text and fill in the gaps with appropriate prepositions and connectors:

	to	with	out for	at	for	out of	off	to	of	-
Answers: 1)	2)	3)	4)	5)	6)	7)	8)	9)	10)	

Pros and Cons of Traveling Domestically

Introduction

Every time we plan a vacation, the same issue arises. Should we book flights 1) ____ a distant land, hoping to explore new sights and tastes or absorb some 2) ____ season rays, or should we take a look 3) ____ what our own neighborhood has to offer? There's no right answer here. Foreign travel works for some, but don't write 4) ____ local vacations. There are plenty 5) _____ pros and cons of traveling domestically, so let's take a closer look.

Look 6) _____ domestic cost savings

Sometimes, you'll find bargain domestic flights which undercut any foreign alternatives. Mix that with accommodation with family members and shop 7) ____ your favorite store cards and you can often travel 8) _____ less by remaining at home. However, don't be hasty here. Domestic isn't always cheaper. In some instances, domestic prices can rise 9) _____ rapidly, making foreign trips more affordable. This happened in India in 2012, as airline problems boosted local fares by up to 30%. British fliers also regularly discover that flights to city break destinations in Europe are cheaper than heading 10) _____ domestic options. Check all of the current deals for global routes and make sure you've found the best possible prices. Airline fares aren't always what they seem. Moreover, when you get to foreign countries further savings can often be available in the form of low accommodation or food costs. Bundle all of that together and you might find local holidays are less competitive than they seem.

(https://www.budgetair.com/en_us/blog/pros-and-cons-of-traveling-domestically)

Read the 2nd part of text and find the words with similar meaning (11-25).

Familiarity can suit some travelers

Generally speaking, when people think about travel, they tend to think about crossing borders and heading somewhere different. But if you live in a country as large as the United States or Canada, that doesn't necessarily mean traversing national borders. Instead, you can often find destinations at home that offer something different. However, what you won't find (usually) is a cultural adventure with radically different sensations to discover. Meeting people who speak the same language and eat the same foods can appeal to some travellers who want to relax and just destress. But if you're the type of globetrotter who needs a total escape, you'll want to look outside your country's frontiers.

Quick domestic breaks could suit your schedule

Traveling abroad can entail more hassle than staying at home, what with the need to familiarize yourself with new surroundings, sort out transport, learn the language and buy anything required to handle a different climate. And you may even need to arrange documents like passports and visas - all of which takes time and money. Generally speaking, staying close to home avoids this complexity. You can just book flights and accommodation on the hoof and cross the country the next day if that's what you'd prefer. So if you're the kind of traveler who can't be sure when their free time arises, domestic breaks could be best.

Insurance issues could make a difference

When we travel anywhere, we need to be insured against property loss and health issues, but this is another area where the hassle and cost of traveling can differ. Sticking to domestic flights can eliminate the need to haggle for cheaper international travel insurance and cut down on paperwork. That's good for time-poor travelers who want to keep their admin tasks to a minimum. Then again, many insurance packages for international trips include everything you need in one purchase. When you can take care of health, property loss, potential travel cancellations and financial problems in one transaction, it's not going to be a huge drain on your time.

11. To attract or captivate	
12. to go somewhere or to move in a particular direction	
13. an informal word for someone who travels a lot	
14. to make somebody well-acquainted with something new	
15. make one's way across	
16. The state or quality of being complicated	
17. Emotion or impression	
18. A thing that uses up a particular resource.	
19. To involve something as an inevitable part or consequence	
20. To completely remove or get rid of	
21. To be convenient for somebody's way of living	
22. To do something to become less anxious	
23. A line or border separating two countries	
24. Without proper thought or preparation	
25. Irritating inconvenience	

Complete the text with the appropriate words (26-40).

Mind that it may change its form:

a) Area	f) Platforms	k) To face
b) Acronym	g) Competition	l) Non-resident
c) Interpretation	h) To eliminate	m) Subject
d) Challenge	i) Force	n) To impose
e) Provisions	j) To register	o) To amend

NEW NORM AMENDS THE GENERAL LAW OF TOURISM

On December 11, 2020, Congress approved the text of the law that 26) _____ the General Law of Tourism and issues other 27) _____. The law is expected to be approved by the Presidency of the Republic in the next days to enter into 28) _____.

This norm modifies Law 300 of 1996 and regulates new aspects in terms of sustainability, sanctions, promotion, and reactivation of the sector, as well as the provision of tourist services through electronic or digital 29) _____, among other things.

This new tourism law is approved at a time when this sector is 30) _____ a deep crisis due to the pandemic and, recently, to the winter season. According to CITUR by July 2020, 31) _____ visitors to the country fell by 99.2% compared to the previous year.

Among the most innovative and controversial issues in this law is Title 6, which regulates tourism services provided by operators of electronic and digital platforms³⁶. Until now, this had been a gray 32) _____ in tourism

services in Colombia. Definitely, new technologies represent a regulatory 33) _____ in which the authorities must promote innovation, job creation and other benefits that these ventures provide, without neglecting free 34) _____ and the protection of consumer rights.

In this way, the law - in its article 32 - establishes a series of special obligations in head of the operators of electronic or digital platforms that provides tourism services. The following were among the special obligations: (1) Have active registration in the National Tourism Registry ("RNT" for its 35) _____ in Spanish). (2) Interoperate with the RNT so that whoever uses the platform has a current registration under that registry, which must be visible on the platform. (3) Restrict and 36) _____ advertisements from tourism services providers not registered in the RNT. (4) Pay the parafiscal contribution for the promotion of tourism.

An initial 37) _____ of these obligations could lead to the conclusion that all the people who occasionally or regularly offer their properties on electronic or digital platforms as hosts and for tourism purposes, must be 38) _____ with the RNT and comply with all the other obligations that come from the said registry.

The paragraph of the article provides that the fulfillment of some of such provisions will be 39) _____ to the RNT's interoperability qualification and grants a period of twelve months from the effective date of the law to comply with the stated obligations.

Besides, the law indicates that the electronic platform of tourism services operator will be liable to the consumer for misleading advertising if it allows the tourism services providers to use the platform without being registered in the RNT.

Certainly, this is an issue that requires additional regulation, but the text approved so far 40) _____ on the operators of the electronic platforms for tourism services additional burdens, that will impact their profitability and force them to modify their business model.

(<https://cms.law/en/col/publication/new-norm-amends-the-general-law-of-tourism-and-regulates-the-provision-of-tourist-services-through-electronic-and-digital-platforms>)

III.

Fam trip report

Write a report about your trip to any itinerary and provide all the information your media followers/ target audience/ travel agency customers may need (at least 250 words).

Use a well-structure template, give an introduction, describe a place, mention the duration and accommodation of your trip. Speak about everything you find noteworthy. Provide your readers with some tips.

Образцы устной части экзамена

Заочная форма обучения

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования**

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Департамент иностранных языков и межкультурной коммуникации Факультета
международных экономических отношений

Дисциплина: «Иностранный язык в индустрии туризма и гостеприимства»

Факультет экономики и бизнеса

Форма обучения: заочная

Семестр: VIII

Направление: ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Туристский и гостиничный бизнес»,

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Выполните письменную экзаменационную работу (30 баллов).
2. Выполните ситуативное задание:

«XX
XX
СХХХХ» (30 баллов).

Подготовил(а):
старший преподаватель/доцент

И.И. Иванова

Утверждаю:
Заместитель руководителя
Департамента иностранных языков и
межкультурной коммуникации по учебной и
учебно-методической работе

Ф.И.О.

«__» _____ 20__ г.

Утверждено на заседании Совета Департамента иностранных языков и межкультурной
коммуникации Факультета международных экономических отношений
Протокол № ____ от __.__._____ г.

CARD #1 (5 students)

Case Background: *Article 1.* Tourism's contribution to mutual understanding and respect between peoples and societies.

Tourist friendly attitude is the surest way to promote tourism. Promoting tourism is like promoting the larger goal of peace and harmony around the world. Tourism is a driving force for poverty alleviation, job creation and social harmony and role of tourism in creating mutual understanding and Social harmony can be the leading one. If there is any destination in the world, which offers the widest choice to tourists, it is India. Nature tourism, culture tourism, exotic tourism, adventure tourism and spiritual tourism we have everything in India to cater to the diverse preferences of domestic and international tourists. Nothing makes a better and more lasting impression on a tourist than a courteous, friendly and helpful approach. A tourist who goes back with happy memories advertises the cause of tourism in that country far better than anything else we can think of.

Objective: Run a panel discussion. Decide what can be suggested to improve the situation at this potential tourist destination.

Tips for a panel moderator:

- 1. Keep the Panel Small and Focused:** The ideal panel number is the “fabulous four” — four experts in the chosen topic who have different experiences and who don't always agree with each other.
- 2. Get to Know Your Panel Members:** Plan out whether each speaker will be given a set amount of time, or if the session will be wholly interactive, meaning a moderator firing questions at the panel.
- 3. Plan the Questions Ahead of Time:** No one likes to be surprised by curveball questions.

4. Meet and Greet the Day or Night of the Event: Arrange for you and your panel members to meet in the Speakers' Lounge or the actual session room to introduce themselves and check in.

5. Introduce the Panel Members: When it comes to introducing the panel members, you have two options. 1) You can have each panel member introduce him or herself with a short two-minute introduction, or 2) You can introduce the panelists.

6. Prepare Your "Cutoff Phrases" Ahead of Time: Be prepared to cut off long-winded panel members or those who ramble off topic (e.g. "You have an interesting point there, but we want to know more about _____." ; "Thank you, Julie. Now let's hear Bob's perspective on this topic.")

7. Give a Gracious "Thank You" to Each Panel Member

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

Нормативно-правовые акты

Федеральные государственные образовательные стандарты по направлениям подготовки, реализуемым в Финуниверситете (высшее образование ФГОС 3+)
<http://www.fa.ru/sveden/Documents/2017/430302-bak-turism.pdf>

Основная литература

1 Кондратюк Л.Н. Английский язык. Ч 3=English for students majoring in Tourism. P. 3: Учебное пособие для студентов бакалавриата, обуч. по напр. "Туризм", профиль "Международный туризм" / Л.Н.Кондратюк, А.И. Лагерь, Т.Н. Любимова, О.В.Мещерякова; Финуниверситет, Департамент языковой подготовки. - Москва: Прометей, 2018. - 166 с. - Текст непосредственный. - То же. - ЭБС Лань. <https://e.lanbook.com/book/121573> (дата обращения: 14.03.2022). – Текст : электронный.

2. Трибунская, С. А. Английский язык для изучающих туризм (B1-B2) : учебное пособие для вузов / С. А. Трибунская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 218 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474118> (дата обращения: 14.03.2022). — Текст : электронный.

Дополнительная литература

3. Левченко В.В. Английский язык. Ч. 2 = English. P. 2: Учебное пособие для студентов бакалавриата, обуч. по напр. подгот. "Туризм" / В.В. Левченко, О.В. Мещерякова, А.И. Лагерь; Финуниверситет, Департамент языковой подготовки. - Москва: Финуниверситет, 2016. - 144 с.; 9,0 п.л.- Текст : непосредственный. - То же. — 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>. (дата³⁹ обращения: 21.10.2019). - Текст :

электронный.

4. Dubicka, Iwona. Business Partners B1+: Coursebook and Basic MyEnglishLab Pack: Student`s Book / I. Dubicka, M O'Keefe. – Pearson Education, 2020. -160 p. - ISBN 978-1-292-23355-0

5. Emmerson P. Business Vocabulary Builder. Intermediate to Upper-intermediate: The words & phrases you need to succeed / P. Emmerson. - Oxford: Macmillan Education, 2009. - 176 p. - Текст : непосредственный.

6. MacKenzie, Ian. English for Business Studies: A course for Business Studies and Economics students : Student`s Book / I. Mackenzie. – Third Ed. – Cambridge : Cambridge University Press, 2010. – 191 p. : ill. – (Cambridge Professional English). – ISBN 978-0-521-74341-9.

7. MacKenzie, Ian. Professional English in Use: Student`s Book / I. Mackenzie. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – 136 p. : ill. – (Cambridge Professional English). – ISBN 978-0-521-61627-0

8. Powell M. In Company 3.0: Upper Intermediate Student's Book Pack. B2: Premium / M. Powell, 2010.

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

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

1. URL: <http://www.mcmillanincompany3.com>

2. URL: <http://www.britannica.com>

3. URL: <http://www.encyclopedia.com>

4. URL: <http://www.ehow.com>

Электронные ресурсы БИК:

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

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

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

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

9. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>

10. Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>

11. Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>

12. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>

13. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>

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

15. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>

16. Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>

17. Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора

- научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
18. Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
 19. Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
 20. Henry Stewart Talks: Библиотека Онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу <https://hstalks.com/business/>
 21. Oxford Scholarship Online <https://oxford.universitypressscholarship.com/>
 22. Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
 23. ProQuest: База данных Business Ebook Subscription на платформе Ebook Central <https://search.proquest.com/>
 24. ProQuest Dissertations & Theses A&I <https://search.proquest.com/>
 25. Scopus <https://www.scopus.com>
 26. Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>
 27. Web of Science <http://apps.webofknowledge.com>
 28. Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>
- Annual Reviews
 - Cambridge University Press
 - The Institute of Physics (IOP) Publishing
 - Nature
 - Oxford University Press
 - Royal Society of Chemistry
 - SAGE Publications
 - Science
 - Taylor & Francis Group

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам при подготовке следует использовать нормативные документы Финансового университета, Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные приказом Финуниверситета от 11.05.2021 г. № 1040 (см. сайт Финансового Университета: на главной странице раздел «Наш университет»; далее «Единая правовая база Финуниверситета»), использовать методические рекомендации департамента.

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.

Примеры

Цель: применение навыков диалогической речи и закрепление активного лексико-грамматического материала.

Задача: разыграть данную ситуацию в форме диалога.

Описание игры:

Английский язык

A travel agent went on a five-day business "familiarization" trip to learn firsthand about what's new and exciting in travel, what popular destinations offer, and so on. Some travel business owners allow staff to take fam trips and report back on their findings. Such trips are offered as a job perk and actually a certain amount of money are earmarked every year per employee for this purpose. He/she:

stayed in a five-star hotel	hired a top-of-the-range car
phoned home from their room	drank most of the mini bar
ordered breakfast in their room	had clothes dry-cleaned by the hotel

After the trip, the Finance Director thinks the travel agent's expenses are excessive and refuses to pay them. The travel agent defends their actions. Use as many of the following structures as possible: should have/ shouldn't have/could have/needn't have/ + past participle.

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.

Методика реферирования текста

Реферирование — это один из вариантов структурирования информации. Работая над реферированием какого-либо текста, статьи мы упрощаем восприятие информации посредством ее сжатия и структурирования.

Устное реферирование текста на иностранном языке является одним из сложных комплексных умений, предполагающем наличие высокого уровня развития умений аналитического чтения с извлечением всей фактической информации и полного смысла прочитанного текста, а также умений монологической речи, позволяющих построить связное логичное высказывание, адекватно отражающее смысл прочитанного текста.

Реферирование заключается в выборке из всего массива информации ключевых моментов и их фиксации.

Процесс реферирования текста первичного документа (книги, статьи и т.п.) протекает в три этапа.

1-й этап – это чтение исходного текста и его анализ – обычно несколько раз – с целью детального понимания основного содержания текста, осмысления его фактической информации (изучающее чтение).

2-й этап – это операции с текстом первоисточника: текст разбивается на отдельные смысловые фрагменты с целью извлечения основной и необходимой информации каждого из них.

3-й этап – это свертывание, сокращение, обобщение, компрессия выделенной основной фактологической информации и оформление текста в соответствии с принятой моделью.

Работа над текстом

При работе над текстом необходимо добиваться понимания на следующих уровнях: выделение отдельных фактов, соотнесение фактов друг с другом, обобщение фактов, осмысление, интерпретация прочитанного в его целостности.

При чтении текста с целью последующего устного его реферирования можно использовать следующий алгоритм.

1. Прочитайте заголовок текста и сделайте предположение о его содержании.
2. Быстро просмотрите текст, концентрируя внимание на первом и последнем абзацах, а также на начале каждого абзаца. Убедитесь в правильности своих предположений о содержании текста.
3. Постарайтесь сформулировать основное содержание текста в 2-3 предложениях.
4. Прочитайте текст еще раз более внимательно, обращая внимание на смысловые связи между абзацами и внутри каждого абзаца. Обращайте особое внимание на логические *коннекторы* - фразы, союзы, предлоги, выражающие временные, причинно-следственные и прочие связи (*First of all, besides, although, so etc.*, а также местоимения *this, that, itetc.*, выясняя при чтении, какие существительные они заменяют).
5. Если смысл какого-либо предложения неясен из-за сложного синтаксиса, сократите предложение до главных членов.
6. Встретив метафорическое выражение и выяснив его общий смысл, прочитайте контекст, в котором оно было употреблено и постарайтесь понять смысл выражения в данном тексте.
7. Еще раз прочитайте подзаголовок и убедитесь, что его содержание в достаточной мере отражает ваше понимание основной мысли текста.
8. Проанализируйте заголовок в общем контексте смысла текста и сформулируйте его смысл.

9. Просмотрите текста еще раз, обращая внимание на фразы, выражающие отношение автора к излагаемому, и определите его отношение к проблеме.

Составление собственного высказывания

Переходя к этапу составления собственного высказывания, необходимо отметить, что эта сложная аналитико-синтетическая деятельность может быть представлена как последовательность шагов и при продуцировании собственного текста. Прочитав и проанализировав текст, читающий распределяет весь материал на три группы по степени его важности:

- наиболее важные сообщения, требующие точного и полного отражения в реферировании;
- второстепенная информация, которую следует передать в сокращенном виде;
- малозначительная информации, которую можно опустить.

Уже в процессе чтения определяется ключевая мысль каждого абзаца. Таким образом, составляется логический план текста. Реферирование включает следующие составляющие:

- введение, в котором содержится информация об источнике, авторе, заголовке, цели написания текста, отношении автора к предмету повествования, основной мысли и затрагиваемых в тексте проблемах;
- основная часть, в которой излагается содержание исходного текста в том порядке, как эта информация была представлена в тексте автора, или же в соответствии с логикой референта;
- заключение, в котором необходимо воспроизвести выводы, если таковые были сформулированы автором текста, выразить свое отношение к затрагиваемым в тексте проблемам, прокомментировав их.

Словосочетания и фразы для составления обзора (review)

1. Название, автор, стиль.

The article/text I'm going to give a review of is taken from... — Статья (текст), которую я сейчас хочу проанализировать из...

The headline of the article/text is — Заголовок статьи (текста)...

The author of the article/text is... — Автор статьи (текст)...

It is written by — Он (она) написан...

The article/text is ... — Статья (текст)

The head line foreshadows... — Заголовок приоткрывает

2. Тема. Логические части.

The topic of the article/text is... — Тема статьи (текста)...

The key issue of the article/text is... — Ключевым вопросом в статье (в тексте) является...

The article/text is devoted to the problem⁴⁶... - Статья (текст) посвящена проблеме...

The author touches upon the problem of... — Автор затрагивает проблему...

I'd like to make some remarks concerning... — Я бы хотел сделать несколько замечаний по поводу...

I'd like to mention briefly that... — Хотелось бы кратко отметить...

I'd like to comment on the problem of... — Я бы хотел прокомментировать проблему...

The article/text may be divided in to several logically connected parts, which are...
— Статья (текст) может быть разделена на несколько логически взаимосвязанных частей, таких как...

3. Краткое содержание.

At the beginning of the story the author — В начале истории автор

- describes — описывает
- depicts — изображает
- touches upon — затрагивает
- explains — объясняет
- introduces — знакомит
- mentions — упоминает
- recalls -вспоминает
- makes a few critical remarks on — делает несколько критических замечаний о

The article begins (opens) with a (the)

- **description of** — описанием
- statement — заявлением
- introduction of — представлением
- the mention of — упоминанием
- the analysis of a summary of — кратким анализом
- the characterization of — характеристикой
- (author's) opinion of — мнение автора
- author's recollections of — воспоминание автора
- the enumeration of — перечнем

In conclusion the author

- dwells on — останавливается на
- points out — указывает на то
- generalizes — обобщает
- reveals — показывает
- exposes — показывает
- accuses/blames – обвиняет
- gives a summary of – дает обзор

4. Отношение автора к отдельным моментам.

The author gives full coverage to... — Автор дает , полностью охватывает...

The author outlines... — Автор описывает

The article/text contains the following facts.../ describes in details... — Статья (текст) содержит следующие факты / подробно описывает

The author starts with the statement of the problem and then logically passes over to its possible solutions. - Автор начинает с постановки задачи, а затем логически переходит к ее возможным решениям.

The author asserts that... — Автор утверждает, что ...

The author resorts to ... to underline... — Автор прибегает к ..., чтобы подчеркнуть ...

Let me give an example... — Позвольте мне привести пример ...

5. Вывод автора.

In conclusion the author says / makes it clear that.../ gives a warning that... — В заключение автор говорит / проясняет, что ... / дает предупреждение, что ...

At the end of the story the author sums it all up by saying ... — В конце рассказа автор подводит итог всего этого, говоря ...

The author concludes by saying that.../ draws a conclusion that / comes to the conclusion that — В заключение автор говорит, что... / делает вывод, что / приходит к выводу, что...

6. Выразительные средства.

To emphasize ... the author uses... - Чтобы акцентировать внимание ... автор использует

To underline ... the author uses... Чтобы подчеркнуть ... автор использует

To stress... — Усиливая...

7. Вывод.

Taking into consideration the fact that — Принимая во внимание тот факт, что

The message of the article/text is that /The main idea of the article is — Основная идея статьи (текста)

In addition... / Furthermore... — Кроме того

On the one hand..., on the other hand... — С одной стороны ..., с другой стороны ...

Back to our main topic... - Вернемся к нашей основной теме

To come back to what I was saying... - Чтобы вернуться к тому, что я говорил

In conclusion I'd like to... — В заключение я хотел бы ...

From my point of view... — С моей точки зрения ...

My own attitude to this article/text is... — Мое личное отношение к...

I fully agree with / I don't agree with - Я полностью согласен с/ Я не согласен с

It is hard to predict the course of events in future, but there is some evidence of the improvement of this situation. - Трудно предсказать ход событий в будущем, но есть некоторые свидетельства улучшения.

I have found the article/text dull /important / interesting /of great value - Я нахожу статью(текст) скучной / важной/ интересной/ имеющую большое значение (ценность)

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:

1. Windows, Microsoft Office.
2. Антивирус Kaspersky

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» -

<http://www.skrin.ru/>

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используется

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

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной сфере» необходимо: 1. аудио и видео воспроизводящие устройства; 2. мультимедийные аудитории; 2. компьютерные классы.