

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**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной  
и методической работе

Е.А. Каменева

«6» апреля 2023 г.

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

**Деловой язык и межкультурные коммуникации в профессиональной  
деятельности**

**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»,

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

Туризм, 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	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	7
5.1 Содержание дисциплины	7
5.2 Учебно-тематический план	8
5.3 Содержание семинаров, практических занятий	11
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	12
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	13
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	20
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	28
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	31
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.	31
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.	41
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.	41

## 1. Наименование дисциплины

«Деловой язык и межкультурные коммуникации в профессиональной деятельности»

## 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
УК-9	Способность к индивидуальной и командной работе, социальному взаимодействию, соблюдению этических норм в межличностном, профессиональном общении.	1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы.	<i>1. знать:</i> - теоретические основы организации коммуникации в команде; - структуру стандартных коммуникативных задач; <i>уметь:</i> - анализировать и применять на практике знания психологии общения, адекватного лингвистического оформления сообщений в ситуациях решения стандартных коммуникативных задач;
		2. Соблюдает этические нормы в межличностном, профессиональном общении.	<i>2. знать:</i> - функции и виды, структуру межличностного, профессионального общения; <i>уметь:</i> - применять социально-этические нормы в межличностном, профессиональном общении;
		3. Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения цели и задач в профессиональной деятельности.	<i>3. знать:</i> - основы взаимодействия между членами команды; - методы убеждения, аргументации, выражения точки зрения; <i>Уметь:</i> - выразить позицию команды и собственную позицию, - анализировать и обобщить позицию команды, выбрать

			наиболее оптимальное решение из предложенных вариантов и аргументировать правильность выбора.
Направления подготовки - 43.03.02 Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», профиль «Международный гостиничный бизнес»			
ПКП-2	Способность разрабатывать туристские продукты и туристско-рекреационные проекты, осуществлять их рекламу и продвижение.	<p>1.Использует современные 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>1. <i>знать</i>: - основы разработки туристских продуктов.</p> <p><i>уметь</i> – применять современные технологии в процессе разработки туристских продуктов.</p> <p>2. <i>знать</i> – теоретические основы оценки эффективности проектов в целом и туристско-рекреационных проектов</p> <p><i>Уметь</i> - объективно оценивать эффективность туристско-рекреационных проектов.</p> <p>3. <i>знать</i>: – принципы создания рекламных кампаний и технологий продвижения товаров;</p> <p><i>уметь</i>: - разрабатывать рекламные кампании и продвигать туристские продукты с учетом специфики туристической сферы.</p>
ПКП-4 ОП «Туристский и гостиничный бизнес» профиль «Международный гостиничный»	Способность взаимодействовать с потребителями, партнерами, собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами, в том числе с использованием	1.Использует современные информационно-коммуникативные при взаимодействии с потребителями, партнерами, собственниками бизнеса.	<p>1. <i>знать</i>: - способы передачи информации в процессе межличностного профессионального общения;</p> <p><i>уметь</i>: - аргументировано обсуждать и решать проблемы, связанные с профессиональной деятельностью.</p>

<b>бизнес»</b>	информационных и коммуникативных технологий.		
		2. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с собственниками и партнерами по бизнесу в целях достижения целей оперативного и стратегического управления.	2. <i>знать:</i> - основы организации и осуществления деловой коммуникации в гостиничном бизнесе; <i>уметь:</i> - определять и транслировать общие цели в профессиональной деятельности для оперативного и стратегического управления.
		3. Применяет цифровые возможности интегрированных маркетинговых коммуникаций в гостиничной сфере.	3. <i>знать:</i> - основы маркетинга в гостиничном бизнесе. <i>уметь:</i> - разрабатывать рекламные кампании и продвигать продукты с учетом специфики гостиничной сферы.

### **3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Деловой язык и межкультурные коммуникации в профессиональной деятельности» входит в модуль дисциплин по выбору, цикл профиля (элективный) (выбор 2), модуль 1 «Коммуникация в бизнесе» по направлению подготовки 45.03.02 – Туризм ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес», ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный туризм» и к обязательной части общепрофессионального цикла по направлению подготовки 45.03.02 - 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», профиль «Международный и национальный туризм», год набора 2021, ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный туризм», год набора 2022, 6 семестр, очная форма обучения*

Таблица 1.1.

<b>Вид учебной работы по дисциплине</b>	<b>Всего (в з/е и часах)</b>	<b>Семестр 6 (в часах)</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	3 з.е. 108	108
<b>Контактная работа – Аудиторные занятия</b>	34	34
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	18	18
<b>Самостоятельная работа</b>	74	74
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

*Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», год набора 2021, 7 семестр, очно-заочная форма обучения*

Таблица 1.2.

<b>Вид учебной работы по дисциплине</b>	<b>Всего (в з/е и часах)</b>	<b>Семестр 7 (в часах)</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	3 з.е. 108	108
<b>Контактная работа – Аудиторные занятия</b>	34	34
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	18	18
<b>Самостоятельная работа</b>	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», год набора 2022, 4 семестр, заочная форма обучения*

Таблица 1.3.

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 4 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	3 з.е. 108	108
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	16	16
<i>Лекции</i>	-	-
<i>Семинары, практические занятия</i>	16	16
<b>Самостоятельная работа</b>	92	92
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

**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. Основы организация и ведения бизнеса.**

Организационная структура компании. Модели управления бизнесом. Понятие экономического цикла. Деловая корреспонденция.

#### **Тема 2. Разработка и презентация проекта.**

Основы публичного выступления. Подготовка презентации. Виды презентаций. Инфографика. Интерактивный характер презентации.

#### **Тема 3. Проведение встреч.**

Знакомство и представление. Налаживание связей и неформальное общение (small talk). Обсуждение профессиональных тем. Национальные особенности. Повестка встречи. Подведение итогов.

#### **Тема 4. Переговоры и заключение сделок.**

Телефонные переговоры. Подготовка и ведение переговоров. Терминология переговоров. Приемы успешного взаимодействия и соблюдение этических норм в общении.

#### **Тема 5. Межкультурное взаимодействие.**

Национальные особенности межкультурной коммуникации. Решение проблем и конфликтов. Этические нормы различных культур.

#### **Тема 6. Корпоративная культура.**

Основы корпоративной культуры и этики. Создание рабочего коллектива и работа в команде. Примеры успешных корпоративных культур.

## 5.2. Учебно-тематический план

*Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», год набора 2021, ОП «Международный и национальный туризм», Профиль «Международный и национальный туризм», год набора 2022, очная форма обучения*

Таблица 2.1.

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа- Аудиторная работа				
			Общая, в т.ч.:	Лекции и	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Основы организация и ведения бизнеса.	18	4	2	2	14	Фронтальный опрос. Работа в парах.
2.	Тема 2. Разработка и презентация проекта.	16	4	2	2	12	Презентация.
3.	Тема 3. Проведение встреч.	20	8	4	4	12	Обратный перевод. Контрольная работа.
4.	Тема 4. Переговоры и заключение сделок.	20	8	4	4	12	Кейс. Работа в команде.
5.	Тема 5. Межкультурное взаимодействие.	18	6	2	4	12	Ролевая игра с письменной частью.
6.	Тема 6. Корпоративная культура.	16	4	2	2	12	Диалог.
	<b>Итого 6 семестр</b>	<b>108</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>74</b>	<b>Контрольная работа</b>
	В целом по дисциплине	<b>108</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>74</b>	Согласно учебному плану: контрольная работа
	<b>Итого в %</b>	<b>100</b>	<b>31</b>	<b>47</b>	<b>53</b>	<b>69</b>	

*Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный и*

Таблица 2.2.

№ п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				Самостоя тельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа- Аудиторная работа				
			Общая, в т.ч.:	Лекци и	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Основы организация и ведения бизнеса.	18	4	2	2	14	Фронтальный опрос.  Работа в парах.
2.	Тема 2. Разработка и презентация проекта.	16	4	2	2	12	Презентация.
3.	Тема 3. Проведение встреч.	20	8	4	4	12	Обратный перевод.  Контрольная работа.
4.	Тема 4. Переговоры и заключение сделок.	20	8	4	4	12	Кейс. Работа в команде.
5.	Тема 5. Межкультурное взаимодействие.	18	6	2	4	12	Ролевая игра с письменной частью.
6.	Тема 6. Корпоративная культура.	16	4	2	2	12	Диалог.
	<b>Итого 7 семестр</b>	<b>108</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>74</b>	<b>Контрольная работа</b>
	В целом по дисциплине	<b>108</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>74</b>	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого в %	100	31	47	53	69	

Таблица 2.3.

№ п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа- Аудиторная работа				
			Общая, в т.ч.:	Лекции и	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Основы организация и ведения бизнеса.	16	2	-	2	14	Фронтальный опрос.  Работа в парах.
2.	Тема 2. Разработка и презентация проекта.	16	2	-	2	14	Презентация.
3.	Тема 3. Проведение встреч.	18	2	-	2	16	Обратный перевод.  Контрольная работа.
4.	Тема 4. Переговоры и заключение сделок.	20	4	-	4	16	Кейс. Работа в команде.
5.	Тема 5. Межкультурное взаимодействие.	20	4	-	4	16	Ролевая игра с письменной частью.
6.	Тема 6. Корпоративная культура.	18	2	-	2	16	Диалог.
	<b>Итого 4 семестр</b>	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>16</b>	<b>92</b>	<b>Контрольная работа</b>
	В целом по дисциплине	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>16</b>	<b>92</b>	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого в %	100	15		100	85	

### 5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

<b>Наименование тем (разделов) дисциплины</b>	<b>Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9</b>	<b>Формы проведения занятий</b>
<b>Тема 1</b> Основы организация и ведения бизнеса.	Организационная структура компании. Модели управления бизнесом. Стили управления. Понятие экономического цикла. Деловая корреспонденция, ее типы и образцы.  <b>Рекомендуемые источники:</b> 8.4 (Unit 1), 8.6 (Unit 1, 23) 9.2 (Corporate governance), 9.3 (organisational structure)	Практические Занятия. Презентации. Пресс-конференция.
<b>Тема 2</b> Разработка и презентация проекта.	Разработка и презентация проекта, продукта. Признаки и элементы эффективной презентации. Мотивация. Определение целевой аудитории, места, времени при планировании презентации. Анализ результатов.  <b>Рекомендуемые источники:</b> 8.3 (Unit 9), 8.5 (Units 4, 51-53); 8.7 (Unit 11), 9.3 (Project management)	Практические занятия. Командная работа: brainstorm. Устный диктант.
<b>Тема 3</b> Проведение встреч.	Знакомство и представление партнеров по бизнесу. Налаживание связей в ходе неформального общения (small talk). Обсуждение профессиональных тем. Национальные особенности коммуникации и нежелательные темы для обсуждения. Повестка встречи. Подведение итогов и краткое изложение результатов встречи. Устойчивые выражения для проведения встречи.  <b>Рекомендуемые источники:</b> 8.1 (Unit 9), 8.5 (Unit 37-38), 8.7 (Unit 1, 9) 9.2 (Networking, social interaction)	Практические занятия. Обратный перевод. Последовательный перевод.
<b>Тема 4</b> Переговоры и заключение сделок.	Язык переговоров. Стадии переговоров. Распределение ролей в переговорном процессе. Постановка целей переговоров. Подготовка и проведение встречи. Формулировка предложения. Аргументация и контр-предложение. Заключение сделки и подведение итогов.  <b>Рекомендуемые источники:</b> 8.4 (Units 5), 8.5 (Unit 42, 61-63), 8.7 (Unit 2, 19), 9.3 (Negotiations)	Практические занятия. Презентация. Ролевая игра.
<b>Тема 5</b> Межкультурное взаимодействие.	Национальные особенности межкультурной коммуникации. Решение проблем и конфликтов (социальные противоречия, религия, политические партии). Этические нормы различных культур. Различия в отношении ко времени, к иерархии, в организации компании.  <b>Рекомендуемые источники и разделы</b> 8.2 (Unit 1), 8.3 (Unit 13), 8.6 (Unit 4), 8.7 (Unit 15),	Практические занятия. Диалог. Ролевая игра.

	8.8 (Unit 7) 9.3 (Cross-cultural/ Intercultural Communication)	
<b>Тема 6</b> Корпоративная культура.	Основы корпоративной культуры и этические нормы взаимодействия для создания комфортной рабочей среды. Создание рабочего коллектива и работа в команде (team building). Примеры успешных корпоративных культур.  <b>Рекомендуемые источники и разделы:</b> 8.4 (Unit 6), 8.6 (Unit 3, 24), 8.7 (Unit 16), 9.3 (Corporate culture, Culture and communication)	Практические занятия. Презентация видео. Доклады.

## 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
<b>Тема 1</b> Основы организации и ведения бизнеса.	Инвестиционный цикл. Основы организации бизнеса, правовые и организационные вопросы.	<b>обязательная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя:</b> 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. <b>индивидуальная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя:</b> 1. работа с использованием оригинальных источников (прослушивание аудиоматериала); 2. подготовка ролевых игр 3. написание эссе 4. работа с интернет-ресурсами <b>внеаудиторная самостоятельная работа:</b> 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;
<b>Тема 2</b> Разработка и презентация проекта.	Техника речи и ораторское искусство. Технические средства представления проекта. Примеры успешных проектов в туристическом бизнесе.	
<b>Тема 3</b> Проведение встреч.	«Мягкие навыки» в коммуникации. Манипуляция и защита от нее.	
<b>Тема 4</b> Переговоры и заключение сделок.	Типовые договоры. Техники ведения переговоров. Цифровые технологии для дистанционного ведения переговоров.	
<b>Тема 5</b> Межкультурное взаимодействие.	Продвижение проекта и продукта в разных культурах. Три типа культур.	
<b>Тема 6</b>	Особенности	

Корпоративная культура.	электронной деловой переписки. Социальная корпоративная ответственность.	
-------------------------	---	--

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

### **Примерная тематика докладов /презентаций**

**Тема 1.** Вызовы и возможности организации бизнеса в развивающихся странах.

**Тема 2.** Примеры самых успешных и неэффективных проектов в сфере туризма и гостеприимства.

**Тема 3.** Психологический аспект деловой коммуникации.

**Тема 4.** Примеры наиболее значимых слияний и поглощений в мировой экономике.

**Тема 5.** Особенности ведения бизнеса в различных странах.

**Тема 6.** Основные тенденции развития корпоративной культуры.

### **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.

### **Пример ролевой игры**

#### **Press-Conference on Climate Change and Green Policy in Tourism**

**Aim:** To promote fluency in interaction while discussing ecological situation, to practice conference communication (press-conference)

**Task:** To analyze the situation and come to the common conclusion

**Time:** 40-60 minutes

### **Background**

Climate change is a serious issue that requires increased attention. It's not a secret that humans are involved in the global warming and consequently greenhouse effect. Above the obvious advantages, technical revolution entailed growing concern and a global push for actions. Your city also cares about the problem, but there is a successful car factory in there. People of your city also buy the cars produced here and use petrol stations which are in abundance. Exhaust gases pollute the air, damage the vegetation. The increase in numbers of cars the citizens have, resulted in bad ecological statistics, but if you close the plant, more than 2500 people will lose their jobs. You are urged to decide what to do next. There are four groups of people who represent different fractions with different opinions.

### **Work in groups**

Your group should make a 5-minute presentation with the clear position. You should state your opinion, give at least three clearly and thoroughly explained reasons why you think so. Provide your arguments with factual information and visual effects. Using Powerpoint, cover the interests of your opponents. Everyone in your group must participate in the presentation and speak. Be ready to answer questions and/or take challenges from the other groups. Play your role to the best of your ability, even if you don't agree with it in reality. After all the presentation you will have time to discuss everything and come to a consensus.

### **Rolecards**

#### **Group 1 - Coalition of Concerned Climate Stakeholders**

You have collected a wide variety of data, all clearly indicating that humans are changing the climate of the planet. In the past, your group reported your observations but remained outside of the debate on the impact of climate change. But your observations have revealed some changes that are of a great concern to everyone in the group. You have decided to take a stronger position on the importance of this issue and

make larger tries to educate the public. You vote to close the car factory and eliminate petrol stations.

### **Group 2 - Fossil Fuels For a Strong Country**

For a long time your group have been convinced that the issue of global warming is unproven and that attempts to decrease usage of cars and petrol would cause to decline not only to the city, but to the whole country. Unfortunately nowadays people are aware of human-caused warming so now you suggest that the warming will be beneficial. For example, your group claims that the increased CO<sub>2</sub> in the atmosphere will increase plant growth and the vitality of forests and that people in cold places such as the temperate regions of the U.S. will have an increased quality of life. Your interest is in convincing other delegates that a major emissions reduction is irresponsible because it will decrease the high standard of living in your city.

### **Group 3 - The Green Business Journal**

You are in this line of work because you feel that it is the best of both worlds: a chance to make good money and address a critical problem. You see an incredible opportunity to invest in new technologies that will provide cleaner energy to everyone. Some of these technologies are already available (such as hybrid vehicles) and others are being researched (such as hydrogen fuel cells). Many of you believe that with enough money for research you can reduce the nation's fossil fuel consumption by as much as 70%. Your group of journalists is ambitious and wants to learn as much as possible about the possibility of a environmental protection and business.

## **Пример кейса**

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

Tourism has often been misunderstood as an elitist activity without realizing its economic, social and civilization significance. Travel from one place to another for the purpose of pilgrimage, pleasure, experience, education and business is not the exclusive privilege of any class of society but a universal phenomenon. Tourism brings together people of different cultures and regions and fosters better mutual understanding. For

doing this effectively and durably, it demands conditions of peace. It is, therefore, rightly said that tourism is the greatest peace movement in the world and place an important role in creating mutual understanding. So it's very important to promote tourism in India for promoting the larger goal of peace and harmony around the world.

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

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

Семестр	Структура
<b>6 (очная, очно-заочная формы)</b>	1) Аудирование. Количество заданий – 10 (макс. 2 балла)
<b>7 (заочная форма)</b>	2) Лексико-грамматический тест. Количество заданий – 40 (макс. 4 балла)
	3) Выполнение письменного задания (развернуть предложенный тезис – 100 -150 слов) (макс. 4 балла).
	<b>Итого макс.: 10 баллов</b>

#### **Образец титульного листа контрольной работы Текущий контроль успеваемости**

(Контрольная работа)

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования**

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
(Финуниверситет)**

-----  
**Департамент иностранных языков и межкультурной коммуникации  
КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«Деловой язык и межкультурные коммуникации в профессиональной деятельности»**  
43.03.02 Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», 2021 год набора/  
Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль: «Туристский и гостиничный бизнес», 2022 год набора/

Туризм, ОП «Международный и национальный туризм», профиль «Международный и национальный туризм», 2022 год набора

**3 курс VI семестр / 4 курс VII семестр**

**20\_\_ - 20\_\_ учебный год**

Вариант 1

Работу выполнил/а студент/ка \_\_\_\_\_ гр. \_\_\_\_\_

**Система оценки знаний по учебной дисциплине**

**«Деловой язык и межкультурные коммуникации в профессиональной деятельности»**

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  
 иностранных языков и межкультурной  
 коммуникации по учебной и учебно-  
 методической работе \_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)  
 « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### Пример контрольной работы

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

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

#### 2. Listen again and complete Ann Herridge's booking.

Booking: From _____ (5)	Nights: _____ (6)
Room: Type _____ (7)	Credit card number: _____ (10)
Rate _____ (8)	
Extra _____ (9)	

#### Match up the definitions and the terms given in the box.

- a) partnership b) a sole trader c) private limited company d) franchise e) public limited company f) non-profit organization  
 g) owner h) merger i) acquisition j) takeover h) joint venture  
 l) Venture capitalist

1. A joint venture between a local entrepreneur and a well-established business	
2. The shareholder who controls a majority interest in the company	
3. Two or more people own and manage the business	

4. Two companies agree to become one	
5. One person owns and controls the business	
6. An entrepreneur buys a company	
7. A charity or cooperative usually managed by a board of directors	
8. A bigger company buys another, smaller company	
9. People or organizations who invest in new business	
10. Several people (shareholders), often family or friends, own a part (a share) of the company	
11. A large company; anyone can buy or sell its shares on the stock market	
12. Two companies share a new activity	

## GRAMMAR

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

**16.** ... responsibility is to supervise the hotel staff? – Smith's.

A What	C Whose
B Which	D Whom

**17.** In many ways tourism industry ... over time.

A changed	C hadchanged
B haschanged	D hasbeenchanged

**18.** I ... in the tour operator business for 10 years. Now I am a business development manager.

A work	C hav eworked
B has worked	D worked

**19.** We ... in Madrid on 15<sup>th</sup> April.

A arestaying	C stay
B will stay	D are going stay

**20.** You ... a room in the hotel. We have a free room.

A needn't book	C don't need have booked
B don't need book	D needn't have booked

**21.** She ... to over 20 countries in four years.

A must travelled	C must to have travelled
B should travelled	D must have travelled

**22.** Can you tell me how ..., Mrs Black? – American express.

A you will be paying	C will you pay
B will you be paying	D are you paying

**23.** It's a bit cold in the lobby. I ... thewindow.

A go and close	C will go and close
B am going and closing	D will be going and closing

**24.** It was silly to leave your mobile in the hotel room. It ....

A would have been stolen	C must have been stolen
B could have been stolen	D should have been stolen

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

A will leave	C leaves
--------------	----------

B is leaving	D is going to leave
--------------	---------------------

**1. Fill in the gaps with appropriate words in the box below.**

<b>a)</b> mergers and acquisitions	<b>b)</b> certificates of deposit	<b>c)</b> expand
<b>d)</b> consolidation	<b>e)</b> lend out	<b>f)</b> make loans
<b>g)</b> extending	<b>h)</b> revenue	<b>i)</b> digital
<b>j)</b> consumer	<b>k)</b> licensed to	<b>l)</b> branch
<b>m)</b> advisory activities	<b>n)</b> real estate	<b>o)</b> entities

**What is the banking industry?**

The banking industry is a network of financial institutions 16) \_\_\_\_\_ provide banking services to customers. Primary services include storing and transferring money, 17) \_\_\_\_\_ lines of credit, and managing the risks of wealth. Additionally, there are many specialized services and subdivisions of banking cropping up within the larger industry.

**What is investment banking?**

Investment banking refers to the creation of capital for other 18) \_\_\_\_\_ such as corporations and governments through 19) \_\_\_\_\_ including brokering trades, selling securities, underwriting debt, and facilitating 20) \_\_\_\_\_.

**What is commercial banking?**

Commercial banks are what most people think of when they think of “banking.” These types of institutions offer basic financial services for both individuals and small businesses including checking and savings accounts, mortgages and personal loans, and 21) \_\_\_\_\_.

**What is retail banking?**

Retail banking, also known as 22) \_\_\_\_\_ or personal banking, is the division of banking that deals directly with retail customers or the general public. By bringing in retail customer deposits, these types of financial institutions are able to 23) \_\_\_\_\_ to both their retail and business customers.

**What is corporate banking?**

Corporate banking, also known as business banking, refers to the network of financial services institutions that serve corporate customers. These banks 24) \_\_\_\_\_ to businesses to help them 25) \_\_\_\_\_ and hire new employees, in turn helping to grow the economy

**What is a mortgage bank?**

Mortgage banks are licensed entities that originate and service mortgage loans directly to consumers to help them purchase 26) \_\_\_\_\_. These banks typically loan their own capital and make them up either by collecting payments or selling them on the secondary market. They also generate 27) \_\_\_\_\_ by charging origination fees..

## What are the recent trends in banking?

The most prevalent modern banking trend is the shift to 28) \_\_\_\_\_, specifically online and mobile-first banking. In the era of unprecedented speed and convenience, consumers don't want to visit a physical 29) \_\_\_\_\_ — they want digital features that will enable them to manage their money, whenever and wherever they want.

This transformation has led to increased competition from digital-only neobanks, tech companies, and other nonbank players adopting financial services, as well as 30) \_\_\_\_\_ of smaller banks and startups. According to CB Insights, overall fintech funding hit \$32.6 billion by the end of Q3 2018, up 82% from 2017's total figure of \$17.9 billion.

### 5. Write the approximate definition for the word below:

1. AOB - \_\_\_\_\_
2. Minutes - \_\_\_\_\_
3. Agenda - \_\_\_\_\_
4. USP - \_\_\_\_\_
5. Outstanding - \_\_\_\_\_

### WRITING

**Comment upon the following situation. Write at least 120 words and leave a few minutes to check what you have written.**

You are thinking of having a small, but perspective start-up. Dwell upon its advantages and drawbacks. What unique selling points can you offer? Where will you get the customer base, funding, staff? What will be the first revenue and when do you expect it?

### 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

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/и	Типовые контрольные задания

		ндикаторами достижения компетенции	
УК-9 Способность к индивидуальной и командной работе, социальному взаимодействию, соблюдению этических норм в межличностном, профессиональном общении.	1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы.	1. <i>знать</i> : - теоретические основы организации коммуникации в команде; - структуру стандартных коммуникативных задач;	<b>Диалог/ролевая игра</b> 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 about the structure of the company, since you are an experienced hotel employee. Make up a dialogue.
		<i>уметь</i> : - анализировать и применять на практике знания психологии общения, адекватного лингвистического оформления сообщений в ситуациях решения стандартных коммуникативных задач;	<b>Круглый стол.</b> Group discussion. Imagine you participate in a panel discussion of the importance of the Corporate Culture.
	2. Соблюдает этические нормы в межличностном, профессиональном общении.	<i>знать</i> : - функции и виды, структуру межличностного, профессионального общения;	<b>Презентация о национальных особенностях этических норм в профессиональном общении.</b>
		<i>уметь</i> : - применять социально-этические нормы в межличностном, профессиональном общении;	<b>Интервью</b> Expand on the following statement and initiate a dialogue on it. (10 phrases from each part). <i>Ethics and business exclude each other.</i>
	3. Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения цели и задач в	3. <i>знать</i> : -основы взаимодействия между членами команды; - методы убеждения, аргументации,	<b>Командная работа с текстом/ видео.</b> The group is divided into 2 subgroups. They receive 2 different texts dealing with 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

	профессиональной деятельности.	выражения точки зрения;	3.suggest a detailed plan of the text 4. summarise the text 5. prepare 2-3 tasks to check comprehension
		<i>Уметь:</i> -выразить позицию команды и собственную позицию, - анализировать и обобщить позицию команды, выбрать наиболее оптимальное решение из предложенных вариантов и аргументировать правильность выбора.	<b>Командная работа по составлению заданий на проверку понимания текста.</b> 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.
ПКП-2 <b>профиль «Международный и национальный туризм»</b> Способность разрабатывать туристские продукты и туристско-рекреационные проекты, осуществлять их рекламу и продвижение.	1.Использует современные технологии в процессе разработки туристских продуктов.	1. <i>знать:</i> - основы разработки туристских продуктов.	<b>Презентация.</b> Make up a presentation (individual or in a group of 2-3persons) devoted to E-business in Tourism. Include in your outline the following items: - Definition of E-business - Concept of T-business - Examples of E-business in the Travel and tourism industry
		<i>Уметь:</i> – применять современные технологии в процессе разработки туристских продуктов.	<b>Разработка туристического продукта в группе.</b> Decide what kind of ten-day tour you could organise for a group of people within your country. Focus on: 1. the profile of visitor your package is aimed at 2.the type of accommodation you would book 3.the best things for the group to see and do 4.a possible itinerary for the group
	2. Применяет современные методы оценки эффективности туристско-рекреационных проектов.	2. <i>знать</i> – теоретические основы оценки эффективности проектов в целом и туристско-рекреационных проектов	<b>Монологическое высказывание на предложенную тему.</b> 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

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economic impact of the tourism industry</li> <li>• Tourism contribution to economic development</li> </ul>
		<p><i>Уметь</i> - объективно оценивать эффективность туристско-рекреационных проектов.</p>	<p><b>Разработка механизма обратной связи для туристического проекта (опроса).</b> Put the questions in the <b>Travelogue</b> customer satisfaction survey in the right order: 1. you you me where went could tell? 2. you did holiday enjoy you? 3. your idea where you get the did for holiday? 4. what special about the was holiday? 5. holiday do the you think good value was? 6. you could me rate holiday how you tell you would?</p>
	3. Демонстрирует навыки разработки рекламных кампаний и продвижения туристских продуктов.	3. <i>знать:</i> – принципы создания рекламных кампаний и технологий продвижения товаров;	<p><b>Подбор и представление наиболее удачной и неудачной рекламы в виде ролика.</b> Work in pairs or groups of 3. The task is to present the video dealing with most successful and unsuccessful examples of ad. Provide the arguments.</p>
		<p><i>уметь:</i> - разрабатывать рекламные кампании и продвигать туристские продукты учетом специфики туристической сферы.</p>	<p><b>Описание ознакомительного тура.</b> Imagine you visited 5-star Hotel as a part of T/A FAM TRIP. Write “FAM trip report” using the following plan: 1. Destination 2. Name of Tour Provider 3. Duration 4. Dates Traveled 5. Description of your tour (destination, rooms, public areas, etc.) 6. Your general impression and recommendations/</p>
ПКП-4 <b>ОП «Туристский и гостиничный бизнес» профиль «Международный гостиничный</b>	1. Использует современные информационные коммуникативные при взаимодействии с потребителями,	<p><i>1. знать:</i> - способы передачи информации в процессе межличностного профессионального общения;</p> <p><i>уметь:</i></p>	<p><b>Ролевая игра.</b> Work in pairs. Student A and Student B. Student A is a representative of a hotel booking office. Student B – future customer, making booking, inquiring about rates and possible discounts.</p> <p><b>Монологическое высказывание на</b></p>

<p><b>й бизнес»</b> Способность взаимодействовать с потребителями, партнерами, собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами, в том числе с использованием информационных и коммуникативных технологий.</p>	партнерами, собственникам и бизнеса.	- аргументировано обсуждать и решать проблемы, связанные с профессиональной деятельностью.	<b>заданную тему.</b> Support or refute the following statements. Provide your arguments 1) Tourism product promotion is usually integrated with distribution and implies communication activities. 2) Small businesses with their scales of operations do not allow them to join the distribution channels and marketing of wholesale carriers.	
	2. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с собственниками и партнерами по бизнесу в целях достижения целей оперативного и стратегического управления.	2. <i>знать:</i> - основы организации и осуществления деловой коммуникации в гостиничном бизнесе;	2. <i>уметь:</i> - определять и транслировать общие цели в профессиональной деятельности для оперативного и стратегического управления.	<b>Ролевая игра/ Работа в команде.</b> Role play. Imagine you are General manager of a large five-star hotel, and you are invited to share your experience with graduates at the vacancy fair as a professional adviser. Dwell upon the following: What should you expect and what not from working in a hotel industry. The necessary qualities to be successful and enjoy working in this sphere; · Different types of jobs in this sphere and the career possibilities they provide. Answer the questions.
				<b>Организация круглого стола (панельная дискуссия).</b> Case study “Running a Hotel”. Penal discussion of Hotel management problems. The participants represent different Hotel departments: Sales and Marketing, Reservations, Public relations. Accounting. Front desk etc. They talk about whether the hotel is well managed or not.
	3. Применяет цифровые возможности интегрированных маркетинговых коммуникаций в гостиничной сфере.	3. <i>знать:</i> - основы маркетинга в гостиничном бизнесе.	3. <i>уметь:</i> - разрабатывать рекламные кампании и продвигать продукты с учетом специфики гостиничной сферы.	<b>Групповая презентация на тему:</b> Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе (Specific features of the hotel business marketing)
				<b>Работа с кейсом.</b> Case study “Marketing and Tourism destination development” Card #1 (example) Case Background: During the last decade, sub-Saharan Africa has consistently posted one of the highest tourism growth rates averaging approximately 6% per annum. However, not all countries have profited from this growth. Countries in the Central African subregion are still lagging behind those located in Western, Eastern and

			<p>Southern Africa. Objective: Decide what can be suggested to improve the situation at this potential tourist destination. Speaker 1.1 Chairing a meeting. Small talk. Getting down to business. Introducing the topic of the meeting. Getting other people to speak. Asking for ideas and/or opinions. Strongly/ weakly agreeing or disagreeing. Making suggestions/ Coming up with ideas. Asking for support for opinions or for reasons. Helping come to an agreement or delaying a decision. Summarising what you have discussed and agreed. Bringing the actual meeting to a close. Talking about future contacts.</p>
--	--	--	--

### Структура зачёта (очная, очно-заочная, заочная форма обучения)

Семестр Форма контроля	Структура
6 (очная, очно- заочная формы) 7 (заочная форма)	<p><b>Письменная часть – 30 баллов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Прослушивание аудио текста на иностранном языке по тематике курса и выполнение заданий на его основе (10 заданий) (10 баллов);</li> <li>2. Лексико-грамматический тест (40 заданий) (10 баллов);</li> <li>3. Письменное высказывание по заданной теме (10 баллов).</li> </ol> <p><b>Устная часть – 30 баллов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Презентация по выбранной теме пройденного курса (30 баллов).</li> </ol>

### Образцы для подготовки к зачету

<p><b>Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет)</b></p> <p>-----</p> <p><b>Департамент иностранных языков и межкультурной коммуникации</b></p> <p><b>ЗАЧЕТНАЯ РАБОТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b></p> <p><b>«Деловой язык и межкультурные коммуникации в профессиональной деятельности»</b> 43.03.02 Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль «Международный гостиничный бизнес», профиль «Международный и национальный туризм», 2021 год набора/ Туризм, ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиль: «Туристский и гостиничный бизнес», 2022 год набора/ Туризм, ОП «Международный и национальный туризм», профиль «Международный и национальный туризм», 2022 год набора</p> <p><b>3 курс VI семестр / 4 курс VII семестр</b> <b>20 /20 учебный год</b></p>
--

Вариант 1

Работу выполнил студент \_\_\_\_\_ гр. \_\_\_\_\_

**Система оценки знаний по учебной дисциплине  
«Деловой язык и межкультурные коммуникации в профессиональной деятельности»**

Работу подготовила \_\_\_\_\_ Ф.И.О. преподавателя

Работу проверил(а) \_\_\_\_\_ Ф.И.О. преподавателя

Заместитель Руководителя Департамента  
иностранных языков и межкультурной  
коммуникации по учебной и учебно-  
методической работе \_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### Пример зачетной работы

#### Listening

##### Listening

**A. Read the statements after the 1<sup>st</sup> listening of the video “7 Strategies to Grow Your Business” and mark them as True or False. (<https://www.youtube.com/watch?v=dJQn4DqzMVQ>)**

1. First of all, when you start your business you have to have a product that's wanted or needed and it has to be a little overpriced to cover the first expenses.	
2. Each businessman should be ready to perform any duty in his enterprise.	
3. Emotional part and devotion to your job attracts customers.	
4. The purpose of the business lies more in earning money than in satisfying customers	
5. In order to survive you must stand out of the crowd.	
6. The personality of the entrepreneur is one of the key factors.	
7. Gross profit is more valuable than net profit	
8. Having an entrepreneurial spirit means constant development	
9. Dedication to your company contributes greatly to success.	
10. The best way to measure the success of an enterprise is to look at its profit.	

## READING

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

### **Impact of Tourism on Globalization**

Tourism acts as a global force — for peace, for cultural homogenization, for commodifying cultures, and for shaping the way we see the world.

#### *Tourism as a Force for Peace*

In the 1980s, a popular hypothesis was that tourism supported global peace by allowing travellers to learn about other cultures and meet people from other nations, as well as offering benefits accrued from international business. Peace is an obvious requirement for tourism if the industry is to be robust and sustainable.

#### *Tourism as Cultural Homogenizer*

Nevertheless, tourism does offer the opportunity to teach people about how to respect other cultures. Some argue that globalization has a homogenizing effect on cultures, as Western values are spread through music, fashion, film, and food, rendering one culture indistinguishable from the next.

Some beliefs and values, such as embracing equality and diversity, or the need to protect children from harm, should be shared around the world. In the context of tourism and travel, these two issues are significant. For instance, companies need to ensure that their human resource practices are consistent and fair throughout the world. Exploiting children for sex is illegal, punishable in both the country visited and the home country of the tourist; some airlines and hotels are actively involved in supporting the prohibition of child sex tourism. Travellers are expected not to deface heritage sites or take rare or endangered natural or cultural objects as souvenirs. Such regulations speak to the universality of certain values and beliefs, which we all are required to follow as global citizens.

#### Tourism as Commodifier

Another possible influence of tourism on globalization is the process of cultural commodification, which refers to the drive toward putting a monetary value on every aspect of culture, from buying a sculpture stolen from an ancient temple, to buying endangered objects such as ivory and coral. As one of the world's largest industries, tourism impacts local, regional, and global economies. Resorts dot coastlines around the world and offer a welcome respite from colder climates to anyone wishing to experience a tropical beach, as well as the local culture and nature. While benefit comes to the community in the form of jobs, more often than not the larger share of the wealth leaks offshore. In response, local entrepreneurs and aid organizations have helped with initiatives that embrace local ownership in order for the wealth generated from tourism to stay in country. Community-based tourism, responsible tourism, and social entrepreneurship all aim to bring greater benefit to local communities.

#### Tourism as a World View

Tourism is also a major influence in how we see and understand the world. Keith Hollinshead (2006) refers to it as tourism world-making, or the way in which a place or culture is marketed and/or presented to tourists. Unlike local people, travellers experience a place for a few days, with limited knowledge of the culture and local way of life. Some visitors rely on available tourist information to make the most of the experience and to see the highlights. Others turn away and attempt to “go local” in search of the authentic experience with the belief that they can truly understand a place by avoiding the tourist sites

**11. However, to date, there is little empirical evidence to support the claim that tourism fosters peace.**

**12. Some people claim that globalization makes cultures similar, as Western values are spread**

through music, fashion, film, and food, rendering one culture indistinguishable from the next.  
**13. Cultural commodification results in the degradation or devaluing of cultural values and beliefs.**  
**14. Local communities take in their arms the income generated from tourism to stay in country.**  
**15. It's important for global citizens to follow regulations that speak to the universality of certain values and beliefs.**

## VOCABULARY

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

### Choose the most suitable word to fill the gaps

#### Global Sustainable Tourism Criteria

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

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

24 A consumer demand B performance indicator C sustainability D destination

25 A travel B flight C tourism D service

26 A management B sustainable tourism C travel agent D guest

27 A foster community benefits B community C benefits D foster

28 A to foster B to aspire to reach C to reach D should

29 A tourism B management C local community D hospitality

30 A positive impacts B negative impacts C zero impacts

### **Translate the phrases from Russian into English.**

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

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

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

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

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

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

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

### **GRAMMAR**

#### **Choose the correct preposition.**

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

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

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

### **WRITING**

#### **You should spend about 40 minutes on this task.**

You are an investment adviser of a big manufacturing company. Write a report (150-200 words) on the best way of using extra income for investing:.

Use the following plan:

- Introduction (A large number of existing ways to invest your money)
- 2-3 possible investing decisions in details
- Recommendations (your advice of the best investment for a company and the reasons)
- Conclusion

### **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. Климова И.И. Деловой английский язык : Учебник / И.И. Климова, А.Ю. Широких, Д.Г. Васьбиева; Финуниверситет. - М.: Кнорус, 2017, 2019. - 274 с. – (Для бакалавров). - Текст : непосредственный. - То же. - 2019. - URL: <https://www.book.ru/book/931094> (дата обращения: 29.10.2019). – Текст : электронный.
2. Кондратюк Л.Н. Английский язык. Ч 3=English for students majoring in Tourism. Р. 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.
3. Duckworth, M. Business Result: Upper-intermediate Student's Book with Onlain practice / M. Duckworth, J. Hughes, R. Turner. — 2 ed. — Oxford: Oxford University Press, 2018. — 156 p. — Изд. на англ. яз. - Текст : непосредственный.

## Дополнительная литература

4. Allison, J. The Business 2.0. B1+, Intermediate: Student's Book / J. Allison, J. Townend, P. Emmerson. — Oxford: Macmillan Publishers Limited, 2013. — 160 p. + 1 CD. — на англ. яз. -Текст : непосредственный. - Режим доступа: Доступ из локальной сети Финуниверситета (чтение). — ЭБ Финуниверситета. - URL: [http://elib.fa.ru/rbook/allison\\_2691.pdf](http://elib.fa.ru/rbook/allison_2691.pdf). (дата создания записи: 16.09.2013). - Текст : электронный.
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. Powell M. In Company 3.0: Upper Intermediate Student's Book Pack. B2: Premium / M. Powell, 2010.
8. Strutt P. English for International Tourism. Upper-Intermediate: Student's Book / P. Strutt. - England: Pearson Education Limited, 2013. - 115 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>
5. Электронные ресурсы БИК:
  - Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
  - Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
  - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
  - Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
  - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. <https://urait.ru/>
  - Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
  - Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
  - Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
  - Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>
  - Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
  - Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
  - Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
  - Henry Stewart Talks: Библиотека Онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу <https://hstalks.com/business/>
  - Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>
  - База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
  - Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui>

## **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:



– формирование умений резюмировать аутентичную литературу по специальности на основе извлеченной информации, комментировать основные научные выводы.

– развитие навыков говорения на профессиональные научные темы.

– формирование коммуникативных умений в области иноязычного восприятия речи на слух.

### **Методика проведения:**

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

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

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

### **Критерии оценки участника:**

– полнота раскрытия темы;

– правильность использования грамматических и лексических конструкций;

– умение аргументировать свою точку зрения;

– умение задавать вопросы оппонентам и оппонировать;

### **Критерии оценки модератора:**

– умение управлять дискуссией;

– умение ориентироваться в обсуждаемой проблематике;

– правильность использования грамматических и лексических конструкций;

– умение задавать вопросы участникам;

– умение делать выводы.

### **Примерные рекомендации по подготовке презентации**

Процесс подготовки успешной презентации состоит из следующих ключевых этапов:

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

## Планирование презентации

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

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

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

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

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

Основные идеи должны:

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

- ***Четвёртый шаг – подбор дополнительной информации***

Такой дополнительной информацией могут быть:

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

- ***Пятый шаг – планирование вступления***

Необходимо:

- представиться (имя, должность, организация);
- сказать, сколько будет длиться Ваша презентация;
- договориться о том, когда можно задавать вопросы – во время презентации или после;

- представить тему Вашей презентации;
- установить доверительные отношения со слушателями;
- заставить аудиторию слушать Вашу презентацию.

- ***Шестой шаг – логика и переходы***

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

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

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

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

- ***Седьмой шаг – структура***

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

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

### **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 статьи

*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 problem...** - 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.