



Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Кафедра иностранных языков и межкультурной коммуникации
Факультет международных экономических отношений

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью.

Организация: «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сертификат: `ср7SqwCeA5Zf6fWw9iSntTdr1pnJDUDy`

Утверждено: Проректор по учебной и методической работе, Е.А. Каменева

Дата: 03.03.2026 г.

И.И. Климова , О.В. Гинзбург

Иностранный язык

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.01 - Экономика,

Образовательная программа «Экономика и бизнес стран Востока»

Рекомендовано

Факультет международных экономических отношений

(протокол № 7 от 28.04.2026 г.)

Одобрено

Кафедра иностранных языков и межкультурной коммуникации

(протокол № 24 от 30.03.2026 г.)



Содержание

1. Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	
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	6
5.1. Содержание дисциплины	6
5.2. Учебно – тематический план	7
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	8
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	11
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	11
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	15
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	20
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	18
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	18
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	34
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	43
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	43



1. Наименование дисциплины

Иностранный язык

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
УК-3	Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности	Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.	Знать: значения лексических единиц, используемых при общении в межличностной и общепрофессиональной сфере деятельности на иностранном языке; лексико-грамматические особенности общения в межличностном и профессиональном контексте; грамматические структуры иностранного языка, которые используются в устном и письменном межличностном и общепрофессиональном общении. Уметь: выбирать вербальные и невербальные средства коммуникации, соответствующие ситуации межличностного и профессионального общения.
		Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии.	Знать: особенности общения на иностранном языке; устойчивые лексические маркеры успешной коммуникации, направленной на достижения конкретных целей; фонетическую базу иностранного языка; грамматические структуры иностранного языка, которые используются в устном и письменном межличностном и общепрофессиональном общении. Уметь: применять лексико-грамматические навыки устного общения и письма на иностранном языке; извлекать информацию при восприятии на слух монологических и диалогических высказываний на иностранном языке в соответствии с конкретной задачей, как при непосредственном общении, так и в аудио/видеозаписи.
		Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.	Знать: стили устной речи на иностранном языке, используемые при публичном выступлении, правила подготовки и способы представления выступления. применять знания о особенностях публичной речи



Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
			в профессиональном контексте; составлять плана доклада и презентации; составлять тезисов устного сообщения или доклада. Уметь: применять знания о особенностях публичной речи в профессиональном контексте; составлять плана доклада и презентации; составлять тезисов устного сообщения или доклада.
		Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.	Знать: правила речевого этикета в зависимости от контекста общения, особенности культур, стили устной речи (разговорный, деловой). Уметь: выстраивать устную (монологическую и диалогическую) речь на иностранном языке в межличностном общении и профессиональной деятельности в соответствии с коммуникативной задачей.
		Грамотно и эффективно пользуется иноязычными источниками информации.	Знать: правила чтения на иностранном языке, грамматические структуры иностранного языка, которые используются в иноязычных источниках информации. Уметь: извлекать информацию при чтении научной и справочной литературы на иностранном языке в соответствии с поставленной целью; использовать средства массовой коммуникации, Интернет-ресурсы в поиске информации, на русском и иностранном языке, необходимой для решения учебной задачи.
		Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей	Знать: правила орфографии, правила построения письменного высказывания в соответствии с поставленной коммуникативной задачей. Уметь: работать со словарями на русском и иностранном языке; составлять план письменного высказывания; выбирать лексических единиц и грамматических конструкций, подходящих стилю письменного высказывания.



3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык» относится к «общегуманитарному циклу».

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

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 1 (в часах)	Семестр 2 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	4/144	72	72
Контактная работа – Аудиторные занятия	68	34	34
<i>Лекции</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>68</i>	<i>34</i>	<i>34</i>
<i>Самостоятельная работа</i>	<i>76</i>	<i>38</i>	<i>38</i>
Вид текущего контроля	Контрольная работа ; Контрольная работа	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет ; Зачет	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 бизнеса

Структура компании. Виды компаний в странах Востока. Финансы компании. Цепочка поставок.

Тема 2. Корпоративная культура.

Правила работы в компании. Распределение обязанностей. Описание обязанностей. Финансовая деятельность компании.

Тема 3. Создание и развитие бренда

Описание товара. Упаковка товара. Измерение товара. Спецификации продукта. Презентация товара и его особенностей. Стратегии по укреплению позиций бренда на рынке. Стратегии брендов стран Востока, входящих в топ 10 мировых брендов.

Тема 4. Карьера

Выбор сферы деятельности. Собеседование. Подготовка к собеседованию. Составление резюме и сопроводительного/мотивационного письма. Представление опыта работы в определенной сфере.

Тема 5. Корпоративная социальная ответственность

Корпоративная социальная ответственность. Ответственность компаний перед обществом. Социальная ответственность подразделений компании. Этические нормы поведения сотрудников. Проведение заседаний. Подготовка отчета и протокола заседания.

Тема 6. Международная торговля

Осуществление международной торговли. Ошибки экспорта. Международные сделки и транзакции. Учет национальных особенностей при проведении переговоров и осуществлении транснациональных сделок. Теории межкультурной коммуникации. Предложение дополнительных услуг.



5.2. Учебно – тематический план

Очная форма обучения

п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1	Основы бизнеса	22	10	0	10	12
2	Корпоративная культура.	24	12	0	12	12
3	Создание и развитие бренда	24	12	0	12	12
4	Карьера	22	10	0	10	12
5	Корпоративная социальная ответственность	26	12	0	12	14
6	Международная торговля	26	12	0	12	14
В целом по дисциплине		144	68	0	68	76



5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Основы бизнеса	Аудирование, чтение и говорение: - структура компании - виды компаний - финансы компании - цепочка поставок. Грамматика: - Present Simple - prepositions, prepositional phrases. Письмо: сопроводительное/мотивационное письмо.	Индивидуальная работа, мозговой штурм, фронтальная работа, групповая работа, работа в парах, ролевая игра.
Корпоративная культура.	Аудирование, чтение и говорение: - неписанные правила на рабочем месте - отделы компании, обязанности - консультирование/наставничество. Грамматика: - Past Simple / Past Continuous / Past perfect. Письмо: - реферирование текста (summary).	Диалогические методы общения преподавателя / студента / студентов, методики группового взаимодействия case-study (анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ); работа в малых группах; использование общественных ресурсов интерактивная лекция с применением видео и аудиоматериалов; выполнение заданий в формате BEC Vantage.
Создание и развитие бренда	Аудирование, чтение и говорение: - виды упаковки - описание продукта и упаковки - структура презентации продукта - вопросы и ответы после презентации. Грамматика: - артикли	Диалогические методы общения преподавателя / студента / студентов методики группового взаимодействия, case-study (анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ); работа в малых группах; использование общественных ресурсов интерактивная лекция с применением видео и аудиоматериалов; выполнение заданий в формате BEC Vantage.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
	- придаточные определительные предложения. Письмо: - характеристика продукта.	
Карьера	Аудирование, чтение и говорение: - создание коворкинга - профессиональные достижения - выбор карьеры - собеседование - плюсы и минусы ‘gap year’ - подготовка презентации (подготовка слайдов, начало презентации, основная часть, завершение презентации). Грамматика: - условные предложения - Present Simple / Present Continuous / Present Perfect / Present Perfect Continuous. Письмо: - подготовка слайдов для презентации - резюме.	Работа в малых группах; обучающие игры (ролевые, имитационные, деловые); обсуждение дискуссионных вопросов и проблем; case-study (анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ); выполнение заданий в формате BEC Vantage, интервью, дебаты.
Корпоративная социальная ответственность	Аудирование, чтение и говорение: - кредо компании - соотношение этики и высокого дохода - проведение встречи. Грамматика: - пассивный залог - косвенная речь. Письмо:	Работа в группах, работа в парах, индивидуальная работа, case-study (анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ), круглый стол, дебаты.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
	- комментарий высказывания с использованием активного вокабуляра - составление протокола встречи.	
Международная торговля	Аудирование, чтение и говорение: - виды платежей в международной торговле - подготовка к переговорам. - учет культурных особенностей в процессе переговоров Грамматика: - предлоги. Письмо: - запросы и напоминания в электронной переписке.	Индивидуальная работа, работа в парах и мини-группах, исследование, проектная работа.



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

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

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Основы бизнеса	Типы отраслей. Первичный сектор экономики (сырьевая промышленность). Вторичные секторы экономики (обрабатывающая промышленность и строительство). Третичный сектор экономики (“сфера услуг”). Розничная и оптовая торговля.	1. Выполнение заданий, определенных преподавателем по соответствующим учебным пособиям. 2. Поиск информации в Интернете по заданной теме. 3. Работа с видеоматериалами в рамках темы в сети Интернет. 4. Подготовка сопроводительного/мотивационного письма. 5. Подготовка к выступлению с презентацией. 6. Подготовка и выполнение контрольной работы.
Корпоративная культура.	Создание благоприятной корпоративной культуры. Должности и отделы в компаниях. Поиск стажировки. Особенности работы/стажировки в разных странах. Успех программ по обмену учащихся между Россией и странами Востока.	1. Выполнение заданий, определенных преподавателем по соответствующим учебным пособиям. 2. Поиск информации в Интернете по заданной теме. 3. Работа с видеоматериалами в рамках темы в сети Интернет. 4. Подготовка письменного высказывания (реферирование текста). 5. Подготовка и выполнение контрольной работы.
Создание и развитие бренда	Материалы для создания упаковок. Аспекты хорошей презентации. Бесплатное программное обеспечение. Особенности рекламы различных продуктов. Самые известные бренды стран Востока.	1. Выполнение заданий, определенных преподавателем по соответствующим учебным пособиям. 2. Поиск информации в Интернете по заданной теме. 3. Работа с видеоматериалами в рамках темы в сети Интернет. 4. Подготовка отзыва на продукт. 5. Подготовка к ответам на вопросы после презентации.
Карьера	Онлайн-тесты на определение типа личности/подбор профессиональной деятельности. Кто такой «ментор» и насколько он полезен. Советы по прохождению собеседования. Понятие «гар уеаг», культурные особенности.	1. Выполнение заданий, определенных преподавателем по соответствующим учебным пособиям. 2. Поиск информации в Интернете по заданной теме. 3. Работа с видеоматериалами в рамках темы в сети Интернет. 4. Подготовка письменного высказывания (реферирование текста), подготовка CV.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
		5. Выполнение контрольной работы.
Корпоративная социальная ответственность	Программа корпоративной социальной ответственности известных брендов. Этические проблемы компаний. «Золотые правила» эффективной встречи. Этика электронной переписки / цифровой этикет.	1. Выполнение заданий, определенных преподавателем по соответствующим учебным пособиям. 2. Поиск информации в Интернете по заданной теме. 3. Работа с видеоматериалами в рамках темы в сети Интернет. 4. Подготовка к решению кейса, ознакомление с информацией и её анализ.
Международная торговля	Неофициальный инструмент для оценки покупательной способности валют в России и Китае. Типы культур согласно теории Эдварда Т. Холла. Выбор способа оплаты товара/услуги. Успех Китая на международной арене. Особенности работы с клиентами, у которых есть долговые обязательства.	1. Выполнение заданий, определенных преподавателем по соответствующим учебным пособиям. 2. Поиск информации в Интернете по заданной теме. 3. Работа с видеоматериалами в рамках темы в сети Интернет. 4. Подготовка к проведению переговоров. 5. Подготовка и выполнение контрольной работы.



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

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (выполнение обсуждения вопросов и тем в соответствии с планами семинарских занятий; обсуждение заданий для самостоятельной работы; опрос студентов по пройденному материалу; участие в дискуссиях по проблемным темам дисциплины; выполнение студентом предложенных кейсов; выполнение контрольной работы.

Промежуточный контроль проводится в форме зачёта по итогам модуля, оценки итоговых знаний и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в модуле	40
2.	Зачет	60
	Итого:	100

Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

№	Формы текущего контроля	Количество баллов
1.	Активная работа на семинарском занятии (в том числе блиц-опрос по теме)	12
2.	Посещение	6
3.	Выполнение заранее подготовленных для выступления на семинаре докладов, выступлений, кейсов, ситуационных задач (по перечню, предложенному преподавателем, ведущим семинары)	12
4.	Выполнение контрольной работы	10
	Итого	40

Оценивание устного ответа проводится с учетом полноты раскрытия темы, логичности высказывания, использования профессиональной лексики, грамматической правильности и коммуникативной эффективности речи.

1 курс 1 семестр

Структура контрольной работы.

Письменная часть:

1. Аудирование (проверка понимания общего содержания, распознавания лексики, навыков составления резюме) – 2 балла

2. Лексико-грамматическое задание (Sentence transformation)– 2 балла

3. Письменное задание (написание сопроводительного/мотивационного письма) – 3 балла

Устная часть (практико-ориентированное задание) - 3 балла.

1 курс 2 семестр

Структура контрольной работы.



Письменная часть:

1. Аудирование (проверка понимания общего содержания, распознавания лексики, навыков составления резюме) – 2 балла
 2. Лексико-грамматическое задание (Sentence transformation)– 2 балла
 3. Письменное задание (написать короткий официальный отчет или рекомендацию для руководителя (120–150 слов) на предложенную тему, используя формальный деловой стиль) – 3 балла
- Устная часть (практико-ориентированное задание) - 3 балла.

Примеры заданий контрольной работы

Task 1. LISTENING

Listen to the recording twice. While listening, write short notes about the following ideas:

- The reasons why companies adopt CSR policies today.
- Examples of ethical business practices mentioned.
- How CSR affects a company's relationship with investors or customers.
- The challenges companies face when implementing CSR initiatives.

After listening complete the tasks below.

- Write one sentence describing the main idea of the talk.
- Then write a short summary (3–4 sentences) explaining the key points.
- Finally, write two additional sentences describing specific ideas or details from the talk.
- In your answers use several of the keywords from the list on the screen where appropriate. Not all keywords may be used.

Keywords

stakeholders, sustainability, environment, community, ethics, reputation, long-term, volunteering, donations, green initiatives, fair trade, transparency, supply chain, corporate philanthropy, carbon footprint, diversity

Task 2: Sentence transformation.

Rewrite each sentence so that it has a similar meaning using one of the following techniques:

- Synonym substitution
- Word formation
- Change of sentence structure.

Do not change the original meaning. Write one sentence only for each answer.

For sentences 3, 4, and 6, write two different paraphrases:

- one using a different sentence structure (e.g., active → passive)
 - one using the word given in brackets
1. The company tries to reduce the negative effects it has on the environment.
 2. The organization donated a large sum of money to local community projects.
 3. The company tries to cause as little harm to the environment as possible. (Use the word footprint.)
 4. Many businesses are adopting sustainable practices to improve their public image. (Use the word adoption.)
 5. The business supports the local community by using local suppliers.
 6. The factory implemented a new waste management system to reduce pollution. (Use the word implementation.)
 7. It is important for businesses to be honest and open in their operations.



TASK 3. WRITING

Your company is reviewing its CSR strategy. Your manager asked you to evaluate the company's current social and environmental performance.

Write a short report for your manager (120–150 words) describing:

- two positive CSR activities the company already does well
- one area where the company could improve (e.g., waste management, community engagement)
- suggest one possible improvement with a brief explanation of its benefits

Use a formal business style.

Recommended Structure for Students

Do not forget to write the report title

Try to use the following phrases where appropriate:

The purpose of this report/recommendation is...

One possible solution would be...

These measures would improve...

STRUCTURE

Paragraph 1

Introduce the problem.

Paragraph 2

Suggest the first solution.

Paragraph 3

Suggest the second solution and explain benefits.

Дополнительная информация

В образовательном процессе предусмотрена возможность использования электронной информационно-образовательной среды Moodle для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов. При наличии технической возможности задания также могут выводиться на экран или использоваться в виде распечатанных вариантов для тех же целей контроля.

Дополнительные примеры заданий для контрольных работ в перечисленных форматах.

Listening

Listening 1.

Listen to the man talking about packaging. Do the following statements agree with the information given in the audio.

Write

TRUE if the statement agrees with the information

FALSE if the statement contradicts the information

NOT GIVEN if there is no information on this

1. Primary packaging, like a laminated tube, physically touches the product and is designed to protect the product from contamination and tampering.

2. Secondary packaging helps organize goods in warehouses.

3. Tertiary packaging is commonly used by individual consumers for storage at home.

4. The extra cost of packaging is ultimately paid for by the manufacturer.

5. Biodegradable packaging materials are discussed as a solution to packaging plastic waste.



LISTENING 2.

Choose only one correct answer A, B, C or D.

- 1) Computers are not used during the creation of
 - A. sketches
 - B. a prototype
 - C. a mockup
- 2) To get to the final mock-up creators need to get refined
 - A. demonstration
 - B. analysis
 - C. feedback
- 3) It is also quite important to work out the ... of the company.
 - A. supply chains
 - B. supply and distribution chains
 - C. distribution chains
- 1) After you have identified all the specifications it is time to contact
 - A. shareholders
 - B. sub-contractors
 - C. suppliers
- 2) Closer to the end of the process you need to confirm the
 - A. materials
 - B. mock-ups

C. approvals

Reading

1. Do the following statements agree with the information given in the text? Mark them as:

- TRUE if the statement agrees with the information
- FALSE if the statement contradicts the information
- NOT GIVEN if there is no information on this.

In an effort to capture a larger market share, the well-known beverage company, FreshDrinks, has unveiled a complete relaunch of its product packaging. The revamped design, which was revealed at a recent press conference, aims to attract modern consumers who are increasingly conscious of both aesthetics and environmental impact. The new packaging boasts a sleek and minimalistic design. The shift from traditional labels to a more vibrant and eye-catching style is intended to make the products stand out on store shelves. With a contemporary look that appeals to a younger demographic, FreshDrinks hopes to revitalize its brand image. The update is not just about looks; the company has made a commitment to sustainability by using 100% recyclable materials. Market analysts suggest that the packaging relaunch comes at a crucial time. As consumers become more environmentally aware, companies are under pressure to align their packaging with these values. FreshDrinks' decision is seen as a strategic move to not only enhance its brand visibility but also demonstrate its dedication to sustainability. The company has conducted thorough market research before implementing the new design, ensuring it resonates with current trends. "We listened to what our customers wanted," explained CEO Emma Collins. "They asked for packaging that reflects their values, and we delivered." There is excitement surrounding the relaunch, but only time will tell if the new packaging will translate into increased sales. For now, FreshDrinks is optimistic that this fresh look will breathe new life



into an established brand, making it a favorite among consumers who are as concerned with style as they are with sustainability.

1. FreshDrinks has changed its product packaging to appeal to younger consumers.
2. The new packaging design is more traditional and less colorful than before.
3. Market analysts believe that the timing of the relaunch is unimportant.
4. The CEO stated that they based the new design on customer feedback.

5. Any descriptions of goods on packaging must be accurate. In both the text and illustrations, the producer must be truthful.

2. Read the given text and choose the correct option A, B or C.

In today's competitive market, businesses are constantly seeking a range of strategies to attract customers, and special offers play a crucial role in this endeavour. These promotions not only lure new shoppers but also boost the loyalty of existing ones. Among the various types of special offers, the most popular is the BOGOF deal, which stands for "Buy One, Get One Free". This enticing offer persuades customers to purchase more, increasing the quantity of sold items while making the clients feel they are getting great value.

Retailers also introduce discounts across a range of products or categories. This type of special offer appeals to those who are budget-conscious, allowing them to purchase multiple items at a lower cost than they would typically expect. These offers can be particularly effective during festive seasons or end-of-season sales when stores aim to clear out older stock. Another unique offer is centered around a brand's USP. Businesses leverage their USP to create offers that emphasise their distinct advantages. For instance, a company known for its eco-friendly products may offer discounts on items with significant environmental benefits, attracting conscientious consumers. When planning a special offer, businesses must estimate the potential impact meticulously. An ill-conceived offer may lead to stock shortages or financial losses if the demand significantly outstrips supply, or if the discounted prices fail to cover costs. It is vital to perform a thorough analysis to ensure that the offer is both attractive to customers and profitable for the business.

Special offers remain a powerful tool in modern retail, enabling businesses to remain competitive and sustain customer interest. By carefully crafting these offers and employing strategies that highlight their USP, companies can effectively draw in consumers and stay ahead in the ever-evolving market landscape.

1. According to the text, what is the primary function of special offers for businesses?
 - a) To clear out older stock
 - b) To boost the loyalty of existing customers
 - c) To attract new customers and retain existing ones
2. According to the text, which of the following is an advantage of BOGOF (Buy One, Get One Free) deals?

Free) deals?

- a) They appeal to budget-conscious consumers.
- b) They allow customers to purchase multiple items at a lower cost.
- c) They persuade customers to buy more.

3. The text mentions that retailers introduce discounts across a range of products or categories. What is the main reason for this type of special offer?

- a) To persuade customers to purchase more
- b) To attract budget-conscious consumers
- c) To boost the loyalty of existing customers



4. What is the key consideration businesses must make when planning a special offer?
- a) Estimating the potential impact on the business
 - b) Appealing to conscientious consumers
 - c) Highlighting the brand's USP
5. How does the passage suggest a special offer based on a brand's USP can be effective?
- a) It attracts new customers to the brand.
 - b) It boosts the loyalty of existing customers.
 - c) It appeals to consumers who like the company's USP.

Grammar and Lexis

Task 1. Complete each sentence with the best word (a, b or c).

1. It's a _____ store supplying only basic goods at affordable prices.
 - a) no-quibble
 - b) no-frills
 - c) no-hands-on
2. We use email to interface _____ our customers
 - a) to
 - b) on
 - c) with
3. Before you started your business, did you _____ market studies.
 - a) research
 - b) conduct
 - c) realize
4. The packaging had the required length and reduced _____.
 - a) wide
 - b) high
 - c) width
5. All work and parts are covered by our _____90-day Return of Goods Policy.
 - a) no-quibble
 - b) no-guarantee
 - c) no-frills
6. Samsung's new camera module will go ____ production at the beginning of the next year.
 - a) into
 - b) under
 - c) to
7. The relationship between _____ imported technology and _____employment is a controversial issue.
 - a) Ø; Ø
 - b) an; an
 - c) the; the
8. It is ____ yellow stone and is named after the indigenous folks of Sri Lanka.
 - a) an
 - b) a
 - c) the
9. Moscow is the city where I grew up. (Choose the right type of the relative clause)
 - a) Defining



b) Non-defining.

10. My brother, who lives in Boston, is an accountant. (Choose the right type of the relative clause)

a) Defining

b) Non-defining.

Task 2. Match the words with their definitions.

1. retardant	a) a model or prototype
2. a cross-functional team	b) is made so that you can see if someone has opened it before it is sold in the shops
3. tamper-resistant	c) a group of people who have been brought together to discuss a particular subject in order to solve a problem or suggest ideas
4. a focus group	d) makes the progress or growth of something slower
5. pilfering	e) involving people or departments who do different types of work for the same company
6. a mock-up	f) a feature of a product that makes it different from and better than other similar products and that can be emphasized in advertisements for the product
7. unfeasible	g) not able to be made, done, or achieved
8. disposable	h) to steal things of small value
9. to get watered down	i) is intended to be thrown away after use
10. USP	g) to deliberately adapt an idea/opinion or plan so that it is less extreme, and other people will accept it

WRITING

You work in a Marketing Department. R&D Department has sent you a short list of features of the new product. Using this information write a product description turning features into benefits to consumers. Add any details you feel are appropriate.

Write 120-150 words.

Background	Best iPad case for kids, locally produced, cheap, light weight
Features	· Material: silicone · Compatible Brand: Apple iPad · Dimensions: 10.71 x 10.63 x 0.91 inches · Fully integrated screen protector · 1-year guarantee · A wide range of colours · Special Features: precise cutouts for easy access to ports and buttons, anti-slip texture, foldable handle that can be turned into a stand.
Invitation	Shop, download our discount code to get 10% off



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

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

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
УК-3. Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности	Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.	Знать: значения лексических единиц, используемых при общении в межличностной и общепрофессиональной сфере деятельности на иностранном языке; лексико-грамматические особенности общения в межличностном и профессиональном контексте; грамматические структуры иностранного языка, которые используются в устном и письменном межличностном и общепрофессиональном общении. Уметь: выбирать вербальные и невербальные средства коммуникации,	Задание 1. Монолог. Describe unwritten rules that exist in your university. You should say: • what these rules are • which of them are really important • why such rules exist in different organizations and explain which one is the most difficult to adapt to. Why? You will have to talk about the topic for 1 to 2 minutes. You have one minute to think about what you're going to say. You can make some notes to help you if you wish. Задание 2. Roleplay the situation, using the following prompts. Unwritten Rules in Corporate Culture • What are some common examples of unwritten rules in offices (e.g., dress code, email etiquette, meeting behaviour)? • How do unwritten rules in corporate culture differ from country to country or company to company? • What happens when a person's personal values clash with the company's unwritten rules? • What can a manager do to ensure unwritten rules are fair and not harmful? • Does a junior employee have any power to influence the unwritten rules of a large organisation?



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соответ- несенные с индикато- рами достижения компетенции	Типовые контрольные задания																																																											
		соответствующие ситуа- ции межличностного и профессионального общения.																																																												
	Реализует на иностран- ном языке коммуникатив- ные намерения устно и письменно, используя со- временные информаци- онно-коммуникационные технологии.	Знать: особенности об- щения на иностранном языке; устойчивые лекси- ческие маркеры успеш- ной коммуникации, на- правленной на достиже- ния конкретных целей; фонетическую базу ино- странного языка; грамма- тические структуры ино- странного языка, которые используются в устном и письменном межличност- ном и общепрофессио- нальном общении. Уметь: применять лек- сико-грамматические на- выки устного общения и письма на иностранном языке; извлекать инфор- мацию при восприятии на слух монологических и диалогических выска-	Задание 1. Описание линейного графика. Summarise the information by selecting and reporting the main features. Poverty rate in the United States from 1990 to 2018 <table><tr><th>Year</th><th>Poverty Rate (%)</th></tr><tr><td>'90</td><td>13.5</td></tr><tr><td>'91</td><td>14.2</td></tr><tr><td>'92</td><td>14.8</td></tr><tr><td>'93</td><td>15.1</td></tr><tr><td>'94</td><td>14.5</td></tr><tr><td>'95</td><td>13.8</td></tr><tr><td>'96</td><td>13.7</td></tr><tr><td>'97</td><td>13.3</td></tr><tr><td>'98</td><td>12.7</td></tr><tr><td>'99</td><td>11.9</td></tr><tr><td>'00</td><td>11.4</td></tr><tr><td>'01</td><td>11.7</td></tr><tr><td>'02</td><td>12.1</td></tr><tr><td>'03</td><td>12.5</td></tr><tr><td>'04</td><td>12.7</td></tr><tr><td>'05</td><td>12.6</td></tr><tr><td>'06</td><td>12.3</td></tr><tr><td>'07</td><td>12.5</td></tr><tr><td>'08</td><td>13.2</td></tr><tr><td>'09</td><td>14.3</td></tr><tr><td>'10</td><td>15.1</td></tr><tr><td>'11</td><td>15.0</td></tr><tr><td>'12</td><td>15.0</td></tr><tr><td>'13</td><td>14.8</td></tr><tr><td>'14</td><td>14.8</td></tr><tr><td>'15</td><td>13.5</td></tr><tr><td>'16</td><td>12.7</td></tr><tr><td>'17</td><td>12.3</td></tr><tr><td>'18</td><td>11.8</td></tr></table> Source: US Census Bureau © Statista 2019 Additional Information: United States; 1990 to 2018 Задание 2. Решение кейса. Study the background information, hold negotiations following the given agenda and come to a common decision.	Year	Poverty Rate (%)	'90	13.5	'91	14.2	'92	14.8	'93	15.1	'94	14.5	'95	13.8	'96	13.7	'97	13.3	'98	12.7	'99	11.9	'00	11.4	'01	11.7	'02	12.1	'03	12.5	'04	12.7	'05	12.6	'06	12.3	'07	12.5	'08	13.2	'09	14.3	'10	15.1	'11	15.0	'12	15.0	'13	14.8	'14	14.8	'15	13.5	'16	12.7	'17	12.3	'18
Year	Poverty Rate (%)																																																													
'90	13.5																																																													
'91	14.2																																																													
'92	14.8																																																													
'93	15.1																																																													
'94	14.5																																																													
'95	13.8																																																													
'96	13.7																																																													
'97	13.3																																																													
'98	12.7																																																													
'99	11.9																																																													
'00	11.4																																																													
'01	11.7																																																													
'02	12.1																																																													
'03	12.5																																																													
'04	12.7																																																													
'05	12.6																																																													
'06	12.3																																																													
'07	12.5																																																													
'08	13.2																																																													
'09	14.3																																																													
'10	15.1																																																													
'11	15.0																																																													
'12	15.0																																																													
'13	14.8																																																													
'14	14.8																																																													
'15	13.5																																																													
'16	12.7																																																													
'17	12.3																																																													
'18	11.8																																																													



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соответствующие с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		званий на иностранном языке в соответствии с конкретной задачей, как при непосредственном общении, так и в аудио/видеозаписи.	
	Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.	Знать: стили устной речи на иностранном языке, используемые при публичном выступлении, правила подготовки и способы представления выступления. применять знания о особенностях публичной речи в профессиональном контексте; составлять плана доклада и презентации; составлять тезисов устного сообщения или доклада. Уметь: применять знания о особенностях публичной речи в профессиональном контексте; составлять плана доклада и презентации; составлять	Задание 1. Презентация. Prepare a presentation on the following topic – “Best Organizational Structures for a Business”. Задание 2. Ролевая игра. Act out negotiations between a seller and a buyer. Discuss a purchase of a bike.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соответствующие с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		тезисов устного сообщения или доклада.	
	Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.	Знать: правила речевого этикета в зависимости от контекста общения, особенности культур, стили устной речи (разговорный, деловой). Уметь: выстраивать устную (монологическую и диалогическую) речь на иностранном языке в межличностном общении и профессиональной деятельности в соответствии с коммуникативной задачей.	Задание 1. Решение кейса. Study the background information, hold negotiations following the given agenda and come to a common decision. Задание 2. Ролевая игра. Situation: Negotiating a software development contract. Roles: The Client: Needs a mobile app developed in 2 months. Budget is \$10,000. Payment only after completion. The Developer: Can do it in 3 months. Price is \$12,000. Requires 50% upfront payment. Task: Negotiate the terms (deadline, price, payment schedule). Find a mutually acceptable agreement.
	Грамотно и эффективно пользуется иноязычными источниками информации.	Знать: правила чтения на иностранном языке, грамматические структуры иностранного языка, которые используются в иноязычных источниках информации. Уметь: извлекать информацию при чтении научной и справочной литера-	Задание 1. Реферирование текста. Find an article connected with a current topic (1500-2000 symbols) and prepare a summary. Be ready to present it in class. Задание 2. Подготовка видео-задания. Find a video connected with the current topic (3-5 minutes). Prepare a task based on this video to use in class.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соответствующие с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		туры на иностранном языке в соответствии с поставленной целью; использовать средства массовой коммуникации, Интернет-ресурсы в поиске информации, на русском и иностранном языке, необходимой для решения учебной задачи.	
	Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей	Знать: правила орфографии, правила построения письменного высказывания в соответствии с поставленной коммуникативной задачей. Уметь: работать со словарями на русском и иностранном языке; составлять план письменного высказывания; выбирать лексических единиц и грамматических конструкций, подходящих стилю письменного высказывания.	Задание 1. Описание графика. The pie chart below shows the main reasons why agricultural land becomes less productive. The table shows how these causes affected three regions of the world during the 1990s. Summarise the information by selecting and reporting the main features, and make comparisons where relevant. Write at least 150 words. Задание 2. Написание эссе. Write about the following topic: In the modern world, less and less people stay all their life in the same job. Discuss the advantages and disadvantages of this trend.



Примеры практико-ориентированных заданий

Visitors from China

Background

Toyworld is a profitable toy retailer based in Moscow, Russia, with subsidiaries in over 15 countries. Toyworld buys its products from suppliers all over the world.

Mr. Lee Chung, head of a toy manufacturing firm based in Guandong, China, is going to visit the Toyworld subsidiary in your country. Mr. Chung will be accompanied by his Export Manager, John Wong. The purpose of the visit is to get to know Toyworld's management better and learn more about the company. He may set up a joint venture with Toyworld if he has confidence in them and considers them to be a suitable partner. This is Mr Chung and Mr Wong's first visit to your company, and to your country.

Task

You are members of the planning committee for Mr Chung's visit. Study the information below. Roleplay a meeting discussing the issues and coming up with solutions. Pay attention to the key questions for the planning committee:

1. Where will the visitors stay?
2. Who will meet them?
3. What arrangements should be made for meals?
4. When will the business meeting take place?
5. Venue for the business meeting?
6. What topics would be suitable for discussion at meals?
7. How will the visitors be entertained? Trips? Special events?
8. What gifts would be suitable? When and how should they be given?
9. Should there be local press and television?
10. Is it necessary to provide an interpreter?
11. Any other ideas to develop a good relationship?

Read the following e-mail:

To:	Manager, Public Relations
From:	Chief Executive
Subject:	Mr Lee Chung's visit Date: 2 June
Mr Lee Chung and Mr John Wong will arrive at 9.10. a.m. on Monday 20 June and leave on Thursday 23 June. When you prepare the draft programme, please schedule a meeting (morning or afternoon) during which we can discuss our business plans with Mr Chung and Mr Wong. Also, make sure that our visitors have opportunities to meet our staff and gain a complete understanding of our business. The visitors will expect to have some basic information about Toyworld and to be offered activities which give them an understanding of the company. Please also arrange some social and cultural activities during their stay. Above all, we do not want to make any cultural mistakes during the visit. We want Mr Lee Chung and Mr John Wong to leave with an excellent impression of our country and the way we treat foreign visitors. To help you plan the visit, please could you attend the talk by Ekaterina Smirnova (an expert on Chinese business culture).	

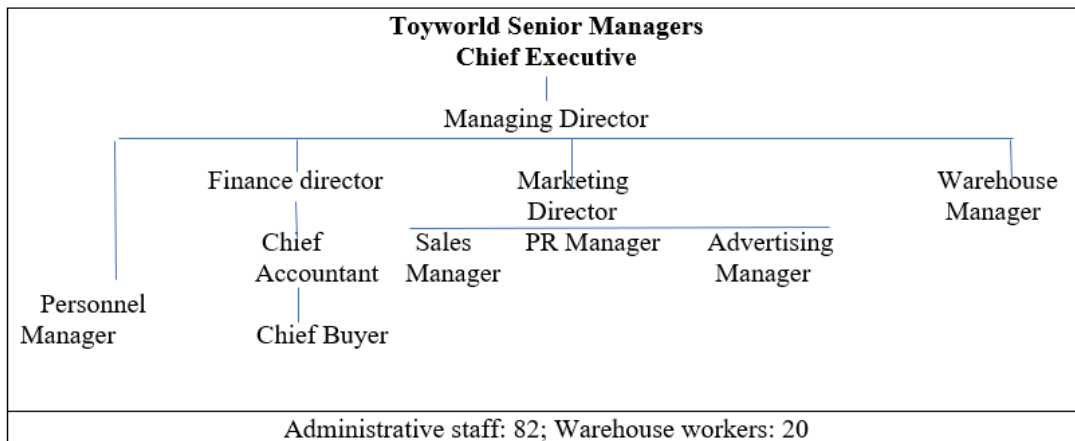
Additional information:



Unwanted gifts in China Weapons (souvenirs) - perceived as an impending conspiracy or murder, sharp objects symbolize a threat to friendship. Eggs (even decorative Easter eggs and egg-shaped souvenirs) cannot be given as they can be interpreted as an insult. The fact is that in many Chinese curses the word "egg" is used. Hats (shawls, scarves, hats) predict the end of relationships, are a symbol of infidelity. In China, there is an expression "戴绿帽子" dài lǜmàozi, literally translated as "wearing a green hat", meaning "to be deceived, to be a cuckold; set the horns." Items with the number 4 are to blame for phonetic consonance, namely the similarity of the words "四" sì - "four" and "死" sǐ - "death". So you should not give anything even remotely related to the four. Umbrella - in continuation of a similar pronunciation: the word "伞" sǎn - "umbrella" has something in common with "散" sàn - "separate, part". Shoes - firstly, lovers do not give each other shoes, since there is a belief that in this case the other half can run away to someone else in the future; secondly, again, the word "鞋" xié - "shoes" is consonant with "邪" xié - "evil, devilish". Clocks are alarm clocks and large wall clocks, which translate into Chinese as "钟表" zhōng biǎo. Accordingly, "to give a watch" is "送钟" sòng zhōng, which, in turn, is consonant with "送终" sòng zhōng - "to prepare for burial." In other words, this type of gift can be perceived as seeing off on the last journey. White flowers - no, it is better to choose a bouquet of the favorite color of the Chinese - red, instead of white, which is considered the traditional color of mourning. The same goes for gift wrapping, you can also opt for gold instead of black. By the way, in China, flowers have long been given to people in the hospital (or discharged), as well as to funerals. However, these traditions change over time and	Wish Gifts in China The “手表” shǒu biǎo watch does not apply to the ban on donation, it is allowed to give it as a present. Gift with national flavor We are talking about those products and goods (特产) of a certain country or area that are heard about in China. For example, the Chinese will definitely appreciate such gifts from Russia: chocolate, marshmallows, marmalade, honey, jam, amber jewelry, figurines with Soviet or Russian flavor. Also in China, Russian art objects are famous, for example, paintings. Tea or a tea set is a win-win option for a country that honors tea ceremonies and understands tea more than anyone in the world. Fruit - refers to stylized fruit baskets that have a dignified look suitable for celebrations. Expensive lighter if the recipient is a smoker. Vitamins and dietary supplements - the fashion for a healthy lifestyle is very developed in China, so you definitely will not go wrong with healing and even better "overseas" things for your friend / girlfriend. Clothes, gloves, scarves, if we are talking about a girl, then here it will be very simple for you: China is the country where accessories of this type are presented in abundance for every taste and budget. Bijouterie and jewelry - a huge selection from local penny products to global brands like Pandora and above. Cosmetics and beauty products, perfume. If you have finances, then be sure that any world-famous fragrance will take its place of honor on the shelf in the house of your friend or colleague. Flowers for the home and cacti, such interior things are very popular among the younger generation, who have already begun to live independently and strive to create their own comfort. Household appliances The Chinese value convenience very much, so they will be happy with almost any thing: a toaster, a kettle, a coffee maker, which will once again remind you that the concept of technological progress is almost synonymous with China itself. A gift certificate is the most versatile gift that saves time and nerves, as well as. Money - of course, in red envelopes ("hóngbāo" 红包)
--	---



now the only thing that is important to consider is the number of colors, it must be even.
Cigarettes - Tobacco products are not considered gifts.



Follow the structure:

1. Set the agenda
2. Discuss the issues
3. Work out solutions and proposals
4. Formulate action points
5. Schedule a follow-up meeting.

Примеры вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

Разделы грамматики, используемые в лексико-грамматических тестах

- 1) Present Simple, Present Continuous, Past Simple
- 2) Verbs: like/dislike/hate/love
- 3) Past Simple, Present Perfect
- 4) Constructions: would/used to
- 5) Making comparisons
- 6) Adjectives with prepositions
- 7) Past Tenses / Advice Structures
- 8) Yes/No Questions + Wh-questions
- 9) Modal verbs
- 10) Relative Clauses
- 11) Articles
- 12) Noun combinations
- 13) Countable and uncountable nouns
- 14) Making suggestions
- 15) Speaking about future
- 16) Transitive and intransitive verbs



- 17) Conditionals
- 18) Present Tenses
- 19) Conditionals
- 20) Giving recommendations
- 21) The passive
- 22) Reported speech
- 23) Referring in a text (this, that, these, those, it, they)
- 24) Defining/Non-defining clauses
- 25) Future Forms / Expressing likelihood
- 26) Prepositions

1 курс 1 семестр

Структура зачетной работы.

Письменная часть:

1. Аудирование (проверка понимания общего содержания, распознавания лексики, навыков составления резюме) – 10 баллов

2. Лексико-грамматическое задание (summarise and paraphrase the text)– 10 баллов:

3. Письменное задание (описание продукта) – 10 баллов

Устная часть (Устная часть зачета состоит из трех заданий: в первом нужно объяснить значение 3–4 терминов из пройденного раздела, во втором — предложить решение проблемы/ситуации на основе изученной лексики и материала разделов, а в третьем — ответить на вопросы экзаменатора по темам раздела) - 30 баллов

1 курс 2 семестр

Структура зачетной работы.

Письменная часть:

1. Аудирование (проверка понимания общего содержания, распознавания лексики, навыков составления резюме) – 10 баллов

2. Лексико-грамматическое задание (summarise and paraphrase the text)– 10 баллов:

3. Письменное задание (написание делового письма) – 10 баллов

Устная часть (Устная часть зачета состоит из трех заданий: в первом нужно объяснить значение 3–4 терминов из пройденного раздела, во втором — предложить решение проблемы/ситуации на основе изученной лексики и материала разделов, а в третьем — ответить на вопросы экзаменатора по темам раздела) - 30 баллов

Примеры заданий зачетной работы

Текущий контроль, СРС, домашние задания (сентябрь-октябрь / февраль-март 202_ / 202_ уч.г.	Текущий контроль, СРС, домашние задания (ноябрь – декабрь / апрель-май 202_ / 202_ уч.г.	Зачет				Оценка за зачет	Итоговая оценка
		Письменная часть			Устная часть		
		Аудирование (10 заданий)	Чтение (10 заданий)	Письмо	Практико-ориентированное задание		



20 баллов	20 баллов	10 баллов	10 баллов	10 баллов	30 баллов	60 баллов	100 баллов
-----------	-----------	-----------	--------------	--------------	-----------	--------------	---------------

TASK 1. LISTENING

While listening, write short notes about the following ideas:

1. The main factors companies consider when designing product packaging.
2. The environmental impact of packaging mentioned in the talk.
3. Examples of innovative or sustainable packaging materials discussed.
4. How packaging influences consumer buying decisions.

After listening complete the tasks below.

- Write one sentence describing the main idea of the talk.
- Then write a short summary (3–4 sentences) explaining the key points.
- Finally, write two additional sentences describing specific ideas or details from the talk.
- In your answers use several of the keywords from the list on the screen where appropriate. Not all

keywords may be used.

Keywords:

durable, biodegradable, packaging waste, target audience, product lifecycle, eco-friendly, brand image, convenience, recyclable, customer satisfaction

TASK 2. Use the three techniques to summarise and paraphrase the following text.

- 1) find synonyms,
- 2) change the word class,
- 3) change the word order of the sentence.

Effective product packaging is essential for success in modern competitive markets. Effective packaging must fulfill various practical needs throughout a product's lifecycle. Once goods exit the factory, they require safeguarding during shipment and warehousing, which is why companies depend on durable materials. Beyond physical safeguarding, packaging functions as a strong promotional tool on retail shelves. By using attractive colors and clear information, companies can communicate their brand identity directly to the consumer and influence their final purchasing decision. Prior to commencing manufacturing, businesses carry out detailed research. An interdepartmental team will hold ideation sessions to develop fresh concepts, then eliminate impractical options. They create product specifications, construct prototypes, and evaluate designs with consumer panels to assess public response. Live demonstrations help detect potential risk and points of failures. Elements like tamper-proof closures or moisture-resistant materials can become a key unique selling proposition that validates premium pricing. Ultimately, successful packaging integrates



safeguarding, practicality, and promotional appeal—it must be fool-proof in operation, adaptable to evolving markets, and able to provide a solid financial return.

TASK 3. WRITING

Write a formal email.

Write a final reminder to your distributor about an outstanding debt. Write 100-150 words.

You are to demand an outstanding payment for \$3,000.

Your attempt is to resolve the case out of court and if possible, to come to an agreement. However, you may promise to pass the matter on to your legal department.

УСТНАЯ ЧАСТЬ ЗАЧЕТА

SPEAKING

Speaking can take 5–8 minutes per student.

Task 1: Vocabulary

Explain the meaning of 3–4 terms from the unit. You should define the term or give an example.

Example terms:

- durable • biodegradable • product lifecycle • compatible • recyclable • fair trade • carbon footprint

Task 2: Situation.

A company wants to launch a new eco-friendly product but is concerned about higher packaging costs.

How should the company respond? Comment on the situation.

Possible prompts:

- Should the company use sustainable materials even if they are more expensive?
- How can the company explain the price increase to customers?
- What role does packaging design play in attracting environmentally conscious buyers?
- How can the company balance sustainability with product protection?

Task 3: Discussion

Answer the examiner's questions about products, packaging, and consumer behavior.

1. What factors do you consider most important when buying a product? (price, quality, brand, packaging)
2. How does product packaging influence your buying decisions? Give examples.
3. Do you prefer products with minimal packaging or attractive designs? Why?
4. Why are more companies switching to eco-friendly packaging today?
5. How can a company's packaging affect its brand image?
6. What products have you bought recently where the packaging impressed you? Why?
7. In your opinion, should governments regulate packaging waste more strictly? Why or why not?

Промежуточная аттестация предполагает проверку способности студентов использовать английский язык в профессиональной сфере, включая обсуждение вопросов, связанных со структурой компаний, корпоративной культурой, управлением, деловыми встречами и профессиональной коммуникацией.

Speaking Question Bank Sample (on Unit 3 Products and Packaging)

Product Development and Design

1. What factors do companies consider when developing a new product?
2. Why is it important to understand the target audience before launching a product?
3. How does product design influence consumer buying decisions?
4. What role does market research play in product development?



Product Lifecycle

5. What are the main stages of a product's lifecycle?
6. Why do some products remain popular for many years while others disappear quickly?
7. How do companies decide when to stop producing an old product?
8. What challenges do companies face when updating or improving existing products?

Packaging Functions and Importance

9. What are the main functions of product packaging?
10. How does packaging protect products during transportation and storage?
11. Why is packaging important for branding and marketing?
12. How can packaging influence a customer's first impression of a product?

Sustainable Packaging

13. What is sustainable packaging and why is it becoming more important?
14. What materials are commonly used for eco-friendly packaging?
15. How can companies reduce packaging waste without compromising product safety?
16. Why do customers increasingly prefer products with recyclable or biodegradable packaging?
17. What challenges do companies face when switching to sustainable packaging?

Packaging and Consumer Behavior

18. How does packaging design affect consumer perception of product quality?
19. Why do some companies use minimal packaging while others use elaborate designs?
20. How can packaging make a product stand out on a crowded store shelf?
21. What role does packaging play in online shopping versus physical stores?

Innovation in Products and Packaging

22. What recent innovations in product packaging have you noticed?
23. How is technology changing the way products are packaged?
24. What is smart packaging and what are its potential benefits?
25. How can companies balance convenience, cost, and sustainability in packaging?

Challenges and Trends

26. What challenges do companies face when selling products in international markets?
27. How do cultural differences affect product design and packaging?
28. Why is it important to provide clear product information on packaging?
29. How are consumer expectations about products and packaging changing today?
30. What do you think products and packaging will look like in the future?



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

Основная литература:

1. Климова, И.И. Английский язык в сфере экономики и финансов: современные проблемы = ENGLISH FOR ECONOMICS AND FINANCE: CURRENT ISSUES : Учебник / И.И. Климова, А.Ю. Широких, Г.В. Третьякова Электрон. дан. Москва : КноРус, 2023 185 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/947128> ISBN 978-5-406-10956-4. [БИК ID: RU\bookru\bibl\947128]
2. Гальчук, Лариса Михайловна Грамматика английского языка: коммуникативный курс = 5D English Grammar in Charts, Exercises, Film-based Tasks, Texts and Tests : Учебное пособие / Новосибирский государственный университет экономики и управления 1 Москва : Вузовский учебник, 2026 439 с. (Высшее образование) ВО - Бакалавриат <https://znanium.ru/catalog/document?id=476872> ISBN 978-5-9558-0520-7 ISBN 978-5-16-105058-3 (электр. издание) ISBN 978-5-16-012203-8 (ISBN соиздателя) . [БИК ID: RU\infra-m\znanium\bibl\2218955]
3. Жильцова, Т. Н. Английский язык в профессиональной сфере [Электронный ресурс] / Жильцова Т. Н. Москва : Финансовый университет, 2019 129 с. Книга из коллекции Финансовый университет - Языкознание и литературоведение <https://e.lanbook.com/book/208298> ISBN 978-5-6043284-0-8. [БИК ID: RU-LAN-BOOK-208298]

Дополнительная литература:

1. Powell, M. Dynamic Presentations : Student's Book / M. Powell Cambridge : Cambridge University Press, 2013 96 p., 1файл, 29Мб + 2 CD (Professional English) Электронная версия печатной публикации Доступ по паролю из сети Интернет (чтение) http://elib.fa.ru/rbook/dynamic_presentations.pdf ISBN 978-0-521-15004-0. [БИК ID: ru\fa\bookin2710]
2. Прошина, Зоя Межкультурная коммуникация: английский язык и культура народов Восточной Азии : учебник для вузов / З. Г. Прошина. 2-е изд., испр. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2026 399 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/587119> (дата обращения: 27.02.2026). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/587119> ISBN 978-5-534-12403-3 : 2079.00. [БИК ID: RU2fURAIT2f587119]
3. Allison, J. The Business 2.0. B1 + Intermediate : Student's Book / John Allison, Paul Emmerson Oxford : Macmillan Publishers Limited, 2013 160 p. + 1 CD + 1 Workbook Изд. на англ. яз. ISBN 978-0-230-43788-3. [БИК ID: ru\fa\bookin2692]
4. Мельничук, М.В. Английский язык в сфере экономики финансов и менеджмента = Economics. Finance. Management : Учебник / М.В. Мельничук, М.А. Белогаш; под ред. М.В. Мельничук Электрон. дан. Москва : КноРус, 2024 231 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/951879> ISBN 978-5-406-12633-2. [БИК ID: RU\bookru\bibl\951879]

Нормативные правовые акты:

Федеральный закон от 29.12.2012 No273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»



Федеральный закон от 29.12.2025 № 539-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации"

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

1. Новостной портал BBC News. - URL: <https://www.bbc.com/>
2. <http://country.eiu.com/Russia> — Economist Intelligence Unit (аналитика и прогнозы макроэкономических показателей стран).
3. <http://enc-dic.com/> - Электронная библиотека (словари)
4. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
5. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
6. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН" <http://biblioclub.ru/>
7. • Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.ru/>
8. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.ru/>
9. • Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
10. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>
11. • Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
12. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
13. • Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
14. Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection <https://hstalks.com/business/journals/>
15. Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection <https://hstalks.com/business/journals/>
16. Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
17. • CNKI. Academic Reference <https://ar.oversea.cnki.net/>
18. • CNKI. China Academic Journals Full-text Database <https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ>
19. JSTOR. Arts & Sciences I Collection <https://www.jstor.org/>
20. • Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
21. Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
22. • Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
23. • База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
24. • Электронные коллекции книг и журналов издательства Springer: <http://link.springer.com/>
25. Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>
26. • 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 .

Методические рекомендации по подготовке презентации

Планирование презентации

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

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

- Третий шаг – выделение основных идей презентации

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

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

Основные идеи должны:

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

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

- Кто?
- Что?
- Где?
- Почему?
- Когда?
- Как?
- Четвёртый шаг – подбор дополнительной информации

Такой дополнительной информацией могут быть:

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

- Пятый шаг – планирование вступления

Необходимо:



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

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

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

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

- цитаты,
- риторические вопросы,
- декларативные заявления,
- ситуации из жизни,
- текущие события,
- план действий и др.
- Шестой шаг – логика и переходы

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

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

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

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

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



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

Презентация должна содержать следующие компоненты в перечисленном порядке:

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

Материал можно излагать:

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

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

На что необходимо обратить внимание при подготовке презентации.

1. Рассказывать можно только то, о чём знаешь, как минимум, в 10 раз больше, чем озвучиваешь.

2. Первый слайд должен содержать название доклада, ФИО и координаты (организация/подразделение, адрес электронной почты) выступающего. Каждый слайд должен иметь заголовок и быть пронумерованным в формате 1/11.

3. Не всё равно, каким программным продуктом пользоваться для подготовки презентации. Наиболее распространён сегодня MS PowerPoint. Но, например, слушатели-математики могут не воспринять доклад всерьёз, если презентация подготовлена не в TeX.

4. Презентация начинается с аннотации, где на одном-двух слайдах даётся представление, о чём пойдёт речь. Большая часть презентаций требует оглашения структур. При использовании TeX для макетирования стандартный шаблон предполагает отображение структуры презентации с подсветкой текущего раздела на каждой странице, что стало уже стандартом де факто.

5. Презентация не заменяет, а дополняет доклад. Не надо писать на слайдах то, что собираетесь сказать словами. Обратное тоже верно: при докладе никогда не зачитывайте текст со слайда!

6. Оптимальная скорость переключения – один слайд за 1-2 минуты. Для кратких выступлений допустимо два слайда в минуту, но не быстрее. Слушатели должны успеть воспринять



информацию и со слайда, и на слух. «Универсальная» оценка – число слайдов равно продолжительности выступления в минутах.

7. Размер шрифта основного текста – не менее 16pt, заголовки ≥ 20 pt. Наиболее читабельным шрифтом является Arial. Оформляйте все сайты в едином стиле (в TeX многое из упомянутого делается автоматически).

8. Не перегружайте слайд информацией. Не делайте много мелкого текста. При подготовке презентации рекомендуется в максимальной степени использовать графики, схемы, диаграммы, и модели с их кратким описанием. Фотографии и рисунки делают представляемую информацию более интересной и помогают удерживать внимание аудитории, давая возможность ясно понять суть предмета. Длинные перечисления или большие таблицы с числами бессмысленны – лучше постройте графики.

9. Надо быть аккуратным. Нельзя допускать разнобой в шрифтах и отступах, ошибки и опечатки. Готовую презентацию надо просмотреть внимательно несколько раз «свежим» взглядом.

10. Первые же фразы должны заинтересовать. Например, можно сказать о том, насколько сложной и важной является данная задача, или о том, насколько неожиданным будет решение – это позволит удержать внимание слушателей до конца.

11. Заранее продумайте возможные проблемы с техникой. Заранее скопируйте на рабочий стол файл с презентацией и проверьте, как он работает, с первого до последнего слайда. Обязательно имейте при себе копию презентации на флэш-карте. Проверьте, нет ли проблем с отображением русских шрифтов и формул. Целесообразно иметь при себе как PPT презентацию (в случае подготовки презентации в MSOffice), так и PDF версию.

Необходимые клише на английском языке для презентации

GREETING, NAME, POSITION

* Good morning. We are...

* Ladies and gentlemen. It's an honour to have the opportunity to address such a distinguished audience.

* Good morning. Let us start by saying just a few words about our background.

TITLE / SUBJECT

* We'd like to talk (to you) today about

* In our presentation We'd like to review... .

* In our presentation we'll be proposing... .

* We are going to present the recent ... / explain our position on ... / brief you on ... / inform you about ... / describe

* The subject of our presentation is

* The topic of our presentation is

* The subject of our talk (paper, speech) is

REFERENCE TO THE AUDIENCE

* We can see many of you are aware of

* You all look as though you've heard this before.

SETTING THE TIME

* Our presentation will last for about five minutes.

* We know that time is short, so we intend to be brief.

DEALING WITH QUESTIONS

* Please, stop us if you have any questions.



*If you have any questions, we'd be pleased to answer them at the end of the presentation.

* We'd be glad to answer any questions at the end of our talk.

* If you have any questions, please feel free to interrupt.

* Please, interrupt us if there is something which needs clarifying. Otherwise, there'll be time for discussion at the end.

OUTLINE / MAIN PARTS

* We've divided our presentation into four parts/sections. They are

* We're going to develop three main points in our presentation: Firstly, ... / Secondly, ... / Thirdly, ... /Finally,.. .

* The subject can be looked at under the following headings:

* We can break this area down into the following fields: Firstly/first of all

Secondly/then/next

Thirdly/and then we come to

Finally/lastly/last of all ... We'll be developing three main points. First(ly)..., Second(ly)...,

Lastly (And we'll finish with...).

INTRODUCING YOUR FIRST POINT

* To start with, then, We'd like to consider...

* First of all, we'd like to look at...

FINISHING THE POINT

* That's all we have to say about...

* These are the main points on ...

* So that's the general picture for... and now let's look at...

* That completes our overview of... so now we'd like to move on to..

STARTING A NEW POINT

* Now let's turn to...

* We'd like now to consider...

* Next we come to...

* The next point we'd like to make is...

* If we could now turn to...

* Now, turning to...

* Let us now turn to/move on to...

REFERRING TO WHAT YOU HAVE SAID

* As we said at the beginning...

* We told you a few minutes ago that...

* In the first part of our talk we said...

REFERRING TO WHAT YOU WILL SAY

* We'll come to that later.

* We'll return to that point a few minutes later.

RHETORICAL QUESTIONS



- * What's the explanation for this?
- * What can we do about it?
- * How will this affect us?

HIGHLIGHTING INFORMATION

1. stressing an auxiliary verb. – It is costing much money.
2. do, does, did. – We do see a need for change.
3. changing the normal word order.

e.g. We are suggesting... - What we are suggesting... I'm proposing... - What I'm proposing...

ENDING

SIGNALING THE END

- *That brings us to the end of our presentation.
- *That completes our presentation.
- *Before we stop / Finish, let us just say...
- *That covers all we wanted to say today.

SUMMARIZING

- *Let us just run over the key points again
- * We'll briefly summarize the main issues *To sum up...
- *Briefly...
- * So to summarize...
- * At this stage we'd like to go over/run through the main points we've made.
- * So now we'd just like to summarize the main points

CONCLUDING

- *As you can see, there are some very good reasons... *In conclusion...
- * We'd like to leave you with the following thought / idea.

RECOMMENDING

- *So, we would recommend that we...
- *We'd like to propose... (more formal)
- *In our opinion, the only way forward is...

CLOSING

- *Thank you for your attention
- *Thank you for listening
- *We hope you have gained an insight into...

INVITING QUESTIONS

- *We'd be glad to try and answer any questions.
- *So, let's throw it open to questions.
- *Any questions?

Методические рекомендации по анализу кейсов

Метод кейсов (case study) – это вид обучения принятию решений с анализом параметров конкретных ситуаций, взятых из практической деятельности. Они позволяют обучаемым повысить



аналитическое мастерство, обосновывая принятые решения и аргументированно защищая свою позицию в процессе дискуссий.

Решение кейсов рекомендуется проводить в несколько этапов:

I. Изучение материала – студенты знакомятся с полученной информацией, определяет основную проблему

II. Обсуждение и анализ практической ситуации в подгруппе (3-4 человека, 40 минут) – студенты обсуждают причины сложившейся ситуации, выдвигают идеи по решению существующих проблем

III. Представление результатов обсуждения каждой группы в соответствии со следующим планом:

1) краткое изложение ситуации (Background) – студенты описывают изученную ситуацию
2) проблематика (Statement of the Problem/Issues) – студенты представляют выявленные ими проблемы

3) варианты действия (Options) – студенты предлагают возможные решения, рассказывая о преимуществах (Advantages) и недостатках (Disadvantages) каждого из них

4) рекомендации (Recommendation) – студенты представляют наилучший, по их мнению, вариант действий

5) план действий (Plan of Action) – студенты подробно рассказывают о мерах, которые необходимо принять в рамках решения заявленной проблемы

IV. Во время презентации другие группы студентов не имеют право обсуждать свои задания

V. У каждой группы есть 4-5 минут на представление своих результатов + 2 минуты на ответы на вопросы

Методические рекомендации по проведению ролевой игры

Ролевая игра представляет собой имитацию ситуации, в которой отрабатываются конкретные специфические операции, моделируются соответствующие условия, близкие к реальным.

План проведения ролевой игры

Подготовительный этап

- изучение «сценария» с определением преподавателем цели, содержательной стороны игры, знакомство с правилами, регламентом;

- коллективное, или непосредственно с участием преподавателя распределение ролей участников, инструктаж по ролям, формирование малых групп;

- подготовка материального обеспечения игры (если в этом есть необходимость).

Рабочий этап (разыгрывание ролей)

- групповая работа над заданием;

- межгрупповая дискуссия (если это предусмотрено сценарием), определение групповой позиции по обсуждаемому вопросу;

- защита (презентация) результатов, выражающих совместную позицию малой группы по теме обсуждения.

Заключительный этап

- формулировка общих выводов по результатам группового анализа ситуации, подведение итогов;

- оценка работы малых групп преподавателем (самооценка участников дискуссии с их собственными комментариями).



Методические рекомендации по подготовке к тестированию

Тестирование включает в себя задания по аудированию, чтению и письму, а также вопросы на множественный выбор по изучаемой лексике и грамматике.

Для успешного выполнения тестирования необходимо:

- 1) актуализировать стратегии выполнения заданий по аудированию
 - выделение ключевых слов в задании
 - прогнозирование части речи пропущенного слова
 - анализ возможных синонимов и антонимов
- 2) актуализировать стратегии выполнения заданий по чтению
 - стратегия scanning – для общего понимания текста
 - стратегия skimming – для выделения детальной информации
- 3) повторить лексику и грамматику изученных тем
 - правописание изученной лексики
 - случаи использования изученных грамматических конструкций
- 4) повторить правила выполнения письменных заданий формата
 - структура письменного задания
 - слова-связки
 - лексика в рамках изученных тем
 - основы академического письма

HOW TO RENDER AN ARTICLE (A STORY)

PLAN AND USEFUL STRUCTURES

I. INTRODUCTION

1. The title/headline of the story/article.

- The headline of the article is ... The article is headlined ... The article goes under the headline...

The article is entitled...

2. The author of the article; where and when the article was published (*if this information is given).

- The author of the article is ... The article is written by ...

· The article is taken from the newspaper... It is (was) published in ... It is (was) printed in... The article I'm going to give a review of is taken from...

- The publication date of the article is... The article is dated the first of October, 2013... The article is printed on the second of October, 2013...

II. MAIN BODY

1. The topic/subject matter of the article.

· The article deals with the topic... The article is about ... The article is devoted to ... The article touches upon the topic of... The key issue of the article is... The basic subject matter of the article is...

- The article describes the situation... The article assesses the situation... The article informs us about... / comments on...

· The article deals with / is concerned with / describes / examines / reveals / exposes / dwells on / explains / addresses / discusses / presents / covers / outlines / states / offers / considers / looks into / treats...

2. The purpose/aim, the problem and the main idea of the article.

· The purpose of the article is to give the reader some information on ... The aim of the article is to provide the reader with some facts/material/data on ...



- The article addresses the problem of... The article raises/brings up the problem...
- The main idea of the article is ...
- 3. The summary/contents of the article/story (facts, names, figures; the plot of the story).
 - The scene is laid in ... The action takes place in ... The story is set in ...
 - The article can be divided into some logically connected parts...The first part deals with... The

second covers the events... The third touches upon the problem of... The fourth part includes ...

· The author starts by telling (the reader) (about, that ...) ... At the beginning of the story the author describes / depicts / touches upon / explains / introduces / mentions / recalls / makes a few critical remarks on ... The story begins (opens) with the description of / introduction of / mention of / analysis of / summary of / the characterization of / author's opinion of / author's recollections of / the enumeration of ... The opening scene shows (reveals) ... We first see (meet) ... (the name of a character) ...

- Further/next/then the author reports (says) that ... The article goes on to say that ...
- In conclusion ... The author comes to the conclusion that In conclusion the author says / makes it clear that ... At the end of the story the author sums it all up by saying ... The author concludes by saying that... / draws a conclusion that / comes to the conclusion that ...

4. * The style/vocabulary of the article.

· The author's vocabulary is rather vivid, poor, rich... The author resorts to colourful general phrases / exaggerations / words with negative/positive connotation / descriptive adjectives / comparisons / metaphors / epithets ... (to create a vivid picture, a humorous effect / to enforce the influence on the reader...). We see the author's mastery in conveying the main idea to the reader with the help of ...

III. CONCLUSION

Summarize / restate the message (main idea) of the article (story). Comment on the way the author managed to convey it. Say whether or not you agree with the author's point of view. State your own opinion of the article (story) and the problem discussed.

- In conclusion I'd like to ... To come back to what I was saying... The message of the article is that ... / The main idea of the article is ...
- I fully agree with / I don't agree with ...
- From my point of view... As far as I am able to judge... My own attitude to this article is...
- The article is... / I find this article interesting / entertaining / exciting / gripping / amusing / enjoyable / funny / witty / banal / dull / slow-moving / fast-moving outdated / boring /of no value / too hard to understand... because In my opinion the article is worth reading because ...



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

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Microsoft Office (Windows)
2. Антивирус ESET Endpoint Security

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/>

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

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

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)
2. **Компьютерный класс** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)