

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финуниверситет)**

**Департамент английского языка и профессиональной  
коммуникации**

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной и  
методической работе

\_\_\_\_\_ Е.А. Каменева

20 декабря 2022 г.

**Н.Г. Кондрахина, Е.П. Звягинцева, М.А. Ларионова**

**ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
38.03.02 «Менеджмент»

***Рекомендовано***

*Ученым советом Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа  
(протокол № 25 от 13 декабря 2022 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научного Департамента английского языка и  
профессиональной коммуникации  
(протокол № 25 от 1 ноября 2022 г.)*

**Москва 2022**

Федеральное государственное образовательное бюджетное

учреждение высшего образования  
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**  
(Финуниверситет)

**Департамент английского языка и профессиональной  
коммуникации**

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной и  
методической работе

\_\_\_\_\_ Е.А. Каменева

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.

**Н.Г. Кондрахина, Е.П. Звягинцева, М.А. Ларионова**

**ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
38.03.02 «Менеджмент»,  
ОП «Логистика» профиль «Логистика»,  
ОП «Маркетинг» профиль «Маркетинг»,  
ОП «Финансовый менеджмент» профиль «Финансовый  
менеджмент»,  
ОП «Управление бизнесом» профили: «Менеджмент и  
управление бизнесом», «Менеджмент в спорте», «Управление  
продуктом»

***Рекомендовано***

*Ученым советом Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа*

*(протокол № 25 от 13 декабря 2022 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научного Департамента английского языка и  
профессиональной коммуникации*

*(протокол № 25 от 1 ноября 2022 г.)*

**Москва 2022**

## Содержание

		Стр.
1	Наименование дисциплины	4
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	4
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
4.	Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	7
5	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	
	5.1. Содержание дисциплины	8
	5.2. Учебно-тематический план	9
	5.3. Содержание семинаров, практических занятий	16
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	24
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	63
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	98
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	99
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	100
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	113
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	113

## 1. Наименование дисциплины

«Иностранный язык в профессиональной сфере»

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
УК-3	Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности	1. Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- теоретические основы организации коммуникации (психологический и лингвистический аспект);</li><li>- структуру стандартных коммуникативных задач;</li><li>- способы словообразования;</li><li>- основные грамматические явления и конструкции, части речи, грамматические категории, структуру предложения.</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- анализировать и применять на практике знания психологии общения, адекватного лингвистического оформления сообщений в ситуациях решения стандартных коммуникативных задач;</li><li>- выстраивать диалогическую и монологическую иноязычную речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в типовых коммуникативных ситуациях.</li></ul>
		2. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии.	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- функции и виды, социально-психологическую структуру общения; модели эффективного личного и делового (профессионального) общения в письменной и устной форме;</li><li>- способы построения вопросов и ответов;</li><li>- приемы работы с текстом (читать, анализировать, слушать текст с разной глубиной понимания).</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- анализировать социально-психологические феномены личного и профессионального общения, применять знания осуществления коммуникации при проведении деловых переговоров на иностранном языке;</li></ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрировать адекватное речевое поведение, учитывая эффективные стратегии и тактики ведения деловых переговоров на иностранном языке с предварительной подготовкой и спонтанно;</li> <li>- критически оценивать информацию, делать заключения; вести беседу на темы, близкие к изученным темам.</li> </ul>
		3. Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы взаимодействия между членами коллектива в команде;</li> <li>- приемы убеждения, аргументации, выражения точки зрения на иностранном языке;</li> <li>- основы риторики публичной речи.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выразить позицию коллектива и собственную позицию на иностранном языке,</li> <li>- систематизировать и обобщить позицию команды;</li> <li>- анализировать и синтезировать материал, выступать публично с презентациями и докладами;</li> <li>- выбрать наиболее оптимальное решение из предложенных вариантов и аргументировать правильность выбора.</li> </ul>
		4. Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- лексико-грамматические и стилистические ресурсы иностранного языка;</li> <li>- академическую лексику и основы написания статей, рефератов, обзоров литературы;</li> <li>- правила речевого этикета.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать и создавать устные и письменные тексты на иностранном языке с опорой на сферы общения, решаемую коммуникативную задачу;</li> <li>- предоставлять конструктивную и объективную обратную связь с учетом регистров общения.</li> </ul>
		5. Грамотно и эффективно пользуется иноязычными источниками информации.	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные правила синтеза и анализа информации, правила использования различных технических средств с целью извлечения информации;</li> <li>- типы источников информации и стилистические особенности текстов.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p>

			- извлекать информацию из различных иноязычных источников (аутентичных и адаптированных).
		6. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.	<b>Знать:</b> - теоретические основы организации и осуществления коммуникации; - структуру и особенности написания эссе, деловых писем, отчетов, презентационных материалов на основе проведенного поиска/исследования. <b>Уметь:</b> - критически оценивать информацию, делать заключения; - производить письменные/устные речевые высказывания на иностранном языке.
<b>ПКН -1</b>	Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению при решении профессиональных задач	1. Демонстрирует знания терминологии, направлений, школ, современных тенденций менеджмента и позиции российской управленческой мысли.	<b>Знать:</b> - профессиональную терминологию на иностранном языке, - актуальные направления научных исследований в сфере менеджмента. <b>Уметь:</b> - применять профессиональную терминологию в ходе профессиональной коммуникации на иностранном языке, - охарактеризовать отдельные направления научных исследований в сфере менеджмента.
		2. Реализует способность адаптировать и обобщать результаты современных научных исследований для осуществления научно-исследовательской работы в бакалавриате	<b>Знать:</b> - актуальные направления исследований в области менеджмента, предпосылки и последствия их реализации. <b>Уметь:</b> - выявлять взаимосвязи явлений в ходе управленческой деятельности; - критически оценивать причинно-следственные отношения в общении с подчиненными.

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» относится к блоку дисциплин обязательной части общепрофессионального цикла по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент ОП «Логистика» профиль «Логистика», ОП «Маркетинг» профиль «Маркетинг», ОП «Финансовый менеджмент» профиль «Финансовый менеджмент», ОП «Управление бизнесом» профили: «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте», «Управление продуктом».

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

Таблица 1

	очная форма обучения, все профили		
Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 5 (в часах)	Семестр 6 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	5 з.е. / 180ч.	106	74
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	102	68	34
Лекции	-	-	-
Практические и семинарские занятия	102	68	34
<b>Самостоятельная работа</b>	78	38	40
Вид текущего контроля		Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации		Зачет	Экзамен
	очно-заочная форма и ИОО, профили «Макретинг», «Финансовый менеджмент»		
Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 5 (в часах)	Семестр 6 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	5 з.е. / 180ч.	72	108
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	32	16	16
Лекции			
Практические и семинарские, в т.ч. занятия в интерактивной форме	32	16	16
<b>Самостоятельная работа</b>	148	56	92
Вид текущего контроля		Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации		Зачет	Экзамен
	очно-заочная форма, ОП «Управление бизнесом», профиль «Менеджмент и управление бизнесом»		
Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 5 (в часах)	Семестр 6 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	5 з.е. / 180ч.	72	108
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	48	16	32
Лекции			
Практические и семинарские, в т.ч. занятия в интерактивной форме	48	16	32
<b>Самостоятельная работа</b>	132	56	76
Вид текущего контроля		Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации		Зачет	Экзамен

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

**5.1 Содержание дисциплины**

**5.1.1. Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»**

<b>Темы</b>
1. Функции менеджмента
2. Организационная структура компании
3. Мотивация сотрудников
4. Теории лидерства и управления
5. Уровни планирования в менеджменте
6. Операционная деятельность в системе управления организацией
7. Управление рисками
8. Анализ и выбор управленческих стратегий
9. Управленческий учет
10. Финансовая отчетность в системе управления организацией
11. Основы налогового учета

**5.1.2. Профили «Маркетинг», «Управление продуктом»**

<b>Темы</b>
1. Роль маркетинга в бизнесе.
2. Жизненный цикл товара.
3. Ассортимент и ценовая политика.
4. Маркетинговый план: аудит и цели.
5. Маркетинговый план: стратегия и тактика.
6. Общение с клиентами.
7. Исследование рынка.
8. Развитие нового продукта и брендинг.
9. Внедрение нового продукта на рынок и его продвижение.
10. Реклама.
11. Маркетинговые мероприятия.

**5.1.3. Профиль «Логистика»**

<b>Темы</b>
1. Профессии в сфере логистики.
2. Логистические услуги.
3. Цепочки поставок.
4. Использование цепочки поставок для увеличения объема продаж.
5. Мировая система снабжения



6. Транспортная логистика
7. Управление запасами
8. Хранение и склады
9. Документация и финансы в логистике
10. Логистика и система снабжения. Общее и различие.
11. Страхование

## 5.2. Учебно-тематический план

### 5.2.1. Профиль «Финансовый менеджмент»

Очная / заочная форма и ИОО

### Профиль «Менеджмент и управление бизнесом»

Очная форма

### Профиль «Менеджмент в спорте»

Очная форма

Таблица 2.1.

Наименование Тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
	Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
		Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1. Функции менеджмента	14	10/2	-	10/2	4/12	устный опрос; лексический диктант; устная мини-презентация; групповая дискуссия
2. Организационная структура компании	14	8/2	-	8/2	6/12	устный опрос; словарный диктант; проверка лексико-грамматических упражнений
3. Мотивация сотрудников	14	8/2	-	8/2	6/12	устный опрос; мультимедийная презентация; разбор кейса
4. Теории лидерства и управления	12	10/2	-	10/2	2/10	устный опрос; проверка лексических и грамматических упражнений;

						ролевая игра Контрольная работа
5. Уровни планирования в менеджменте	18	8/2	-	8/2	10/16	устный опрос; словарный диктант; мозговой штурм, мини-презентация
6. Операционная деятельность в системе управления организацией	18	10/4	-	10/4	8/14	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и грамматических упражнений; групповая дискуссия
7. Управление рисками	18	10/4	-	10/4	8/14	устный опрос; лексический диктант; доклад; моделирование ситуаций и их анализ
8. Анализ и выбор управленческих стратегий	18	10/4	-	10/4	8/14	устный опрос; дебаты; разбор кейса; мультимедийная презентация; тестирование
9. Управленческий учет	18	10/4	-	10/4	8/14	устный опрос; словарный диктант; дебаты; деловая игра
10. Финансовая отчетность в системе управления организацией	18	10/4	-	10/4	8/14	устный опрос; лексический диктант; разбор кейса; письменный отчет
11. Основы налогового учета	18	8/2	-	8/2	10/16	устный опрос; лексический диктант; аналитическая работа с документацией, включая описание графиков и схем; тестирование Контрольная работа
<b>В целом по дисциплине</b>	<b>180</b>	<b>102/32</b>		<b>102/32</b>	<b>78/148</b>	Согласно учебному плану: две

						контрольные работы
<b>Итого в %</b>		<b>57/18</b>		<b>100/100</b>	<b>43/82</b>	

**5.2.2. Профиль «Менеджмент и управление бизнесом»  
Очно-заочная форма**

Таблица 2.2.

Наименование Тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
	Всего	Контактная работа-Аудиторная работа		Семинары,практические занятия		
		Общая, в т.ч.:	Лекции			
1. Функции менеджмента	14	4	-	4	10	устный опрос; лексический диктант; мини-презентация; групповая дискуссия
2. Организационная структура компании	14	4	-	4	10	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и грамматических упражнений
3. Мотивация сотрудников	14	4	-	4	10	устный опрос; мультимедийная презентация; разбор кейса; решение кейса
4. Теории лидерства и управления	12	4	-	4	8	устный опрос; проверка лексических и грамматических упражнений; ролевая игра; тестирование
5. Уровни планирования в менеджменте	18	6	-	6	12	устный опрос; словарный диктант; мозговой штурм, мини-презентация
6. Операционная деятельность в системе управления организацией	18	4	-	4	14	устный опрос; словарный диктант; проверка лексико-

						грамматических заданий; дискуссия
7. Управление рисками	18	4	-	4	14	устный опрос; лексический диктант; доклад; моделирование ситуаций и их анализ
8. Анализ и выбор управленческих стратегий	18	4	-	4	14	устный опрос; дебаты; разбор кейса; мультимедийная презентация; тестирование
9. Управленческий учет	18	4	-	4	14	устный опрос; словарный диктант; дебаты; деловая игра
10. Финансовая отчетность в системе управления организацией	18	6	-	6	12	устный опрос; словарный диктант; разбор кейса; письменный отчет
11. Основы налогового учета	18	4	-	4	14	устный опрос; лексический диктант; аналитическая работа с документацией (в том числе описание графиков/схем); тестирование
<b>В целом по дисциплине</b>	<b>180</b>	<b>48</b>	<b>-</b>	<b>48</b>	<b>132</b>	Согласно учебному плану: две контрольные работы
<b>Итого в %</b>		<b>27</b>		<b>100</b>	<b>73</b>	

### 5.2.3. Профиль «Маркетинг» Очная / очно-заочная форма и ИОО

#### Профиль «Управление продуктом» Очная форма

Таблица 2.3.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах			
	Все го	Контактная работа - Аудиторная работа	Само стоят	

		<b>Общая , в т.ч.:</b>	<b>Лек ции</b>	<b>Семинар ы, практи ческие занятия</b>	<b>ельна я работ а</b>	<b>Формы текущего контроля успеваемости</b>
1. Роль маркетинга в бизнесе.	14	10/2	-	10/2	4/12	устный опрос; лексический диктант; устная мини-презентация; групповая дискуссия
2. Жизненный цикл товара.	14	8/2	-	8/2	6/12	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и грамматических упражнений
3. Ассортимент и ценовая политика.	14	8/2	-	8/2	6/12	устный опрос; мультимедийная презентация; разбор кейса; решение кейса
4. Маркетинговый план: аудит и цели.	12	10/2	-	10/2	2/10	устный опрос; проверка лексических и грамматических упражнений; ролевая игра; тестирование (контрольная работа)
5. Маркетинговый план: стратегия и тактика.	18	8/2	-	8/2	10/16	устный опрос; словарный диктант; мозговой штурм, мини-презентация и ее обсуждение
6. Общение с клиентами.	18	10/4	-	10/4	8/14	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и грамматических упражнений; групповая дискуссия
7. Исследование рынка.	18	10/4	-	10/4	8/14	устный опрос; лексический диктант; доклад; моделирование ситуаций и их анализ

8. Развитие нового продукта и брендинг.	18	10/4		10/4	8/14	устный опрос; дебаты; разбор кейса; мультимедийная презентация; тестирование
9. Внедрение нового продукта на рынок и его продвижение.	18	10/4	-	10/4	8/14	устный опрос; словарный диктант; дебаты; работа в парах; деловая игра
10. Реклама.	18	10/4		10/4	8/14	устный опрос; лексический диктант; разбор кейса; письменный отчет
11. Маркетинговые мероприятия.	18	8/2		8/2	10/16	устный опрос; лексический диктант; аналитическая работа с документацией, включая описание графиков и схем; тестирование (контрольная работа)
<b>В целом по дисциплине</b>	<b>180</b>	<b>102/32</b>		<b>102/32</b>	<b>78/148</b>	Согласно учебному плану: две контрольные работы
<b>Итого в %</b>		<b>57/18</b>		<b>100/100</b>	<b>43/82</b>	

#### 5.2.4. Профиль «Логистика» Очная форма

Таблица 2.4.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
	Все го	Контактная работа - Аудиторная работа			Само стоят ельна я работ а	
		Обща я, в т.ч.:	Лек ции	Семинары,пра ктические занятия		
1. Профессии в сфере логистики.	14	10/2	-	10/2	4/12	устный опрос; лексический диктант; устная мини-презентация; групповая дискуссия

2. Логистические услуги.	14	8/2	-	8/2	6/12	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и грамматических упражнений
3. Цепочки поставок.	14	8/2	-	8/2	6/12	устный опрос; мультимедийная презентация; разбор кейса; решение кейса
4. Использование цепочки поставок для увеличения объема продаж.	12	10/2	-	10/2	2/10	устный опрос; проверка лексических и грамматических упражнений; ролевая игра; контрольная работа
5. Мировая система снабжения	18	8/2	-	8/2	10/16	устный опрос; словарный диктант; мозговой штурм, мини-презентация
6. Транспортная логистика	18	10/4	-	10/4	8/14	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и грамматических упражнений; групповая дискуссия
7. Управление запасами	18	10/4	-	10/4	8/14	устный опрос; лексический диктант; доклад; моделирование ситуаций и их анализ
8. Хранение и склады	18	10/4		10/4	8/14	устный опрос; дебаты; разбор кейса; мультимедийная презентация; тестирование
9. Документация и финансы в логистике	18	10/4	-	10/4	8/14	устный опрос; словарный диктант; дебаты; деловая игра
10. Логистика и система снабжения. Общее и различие.	18	10/4		10/4	8/14	устный опрос; лексический диктант; разбор

						кейса; письменный отчет
11. Страхование	18	8/2		8/2	10/16	устный опрос; лексический диктант; аналитическая работа с документацией (в т.ч. описание графиков и схем); тестирование (контрольная работа)
<b>В целом по дисциплине</b>	<b>180</b>	<b>102/32</b>		<b>102/32</b>	<b>78/148</b>	Согласно учебному плану: две контрольные работы
<b>Итого в %</b>		<b>57/18</b>		<b>100/100</b>	<b>43/82</b>	

### 5.3. Содержание семинаров и практических занятий

#### 5.3.1. Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»

Таблица 3.1.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
1. Функции менеджмента.	История менеджмента и эволюция социально-экономических условий развития мирового сообщества Элементы управления, основные функции и роли менеджмента (планирование, организация, распоряжение, контроль). Лидерство и стили управления.	Фронтальное обсуждение содержания текста учебного пособия, групповое и парное обсуждение содержания видеофрагмента, совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; Интернет-поиск; мини-презентация.



	<b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (1), 9 (1), 9 (2), 9(3).	
2. Организационная структура компании	Система взаимоотношений структурных подразделений предприятия в процессе производства и в сфере оказания услуг. Основные типы организационных структур предприятия (линейна, функциональная, матричная, проектная). <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (1), 9 (1), 9 (2), 9(3).	Групповое обсуждение содержания печатного текста, фронтальная проверка содержания аудиофрагмента и упражнений на его основе, дискуссия по тематике семинара.
3. Мотивация сотрудников	Пирамида потребностей Маслоу. Двухфакторная теория Герцберга. Модели Хакмана и Олдхема. Организация времени (тайм менеджмент). Стрессоустойчивость. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (1), 9 (1), 9 (2), 9(3).	Обсуждение содержания текстов основного учебника и дополнительных пособий; дискуссия по содержанию аудио- и видеофрагмента; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; разбор и анализ кейса; обсуждение вариантов решения кейса.
4. Теории лидерства и стили управления	Философские основы управления бизнес-процессами. Современные подходы к лидерству. Поведенческие теории. Основные стили управления (авторитарный, демократический, либеральный). <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (1), 8 (6), 9 (2), 9(5).	Парное и совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; Интернет-поиск; подготовка и проведение ролевой игры. Подготовка к тестированию по пройденным темам.
5. Уровни планирования в менеджменте	Краткосрочное, среднесрочное и долгосрочное планирование в менеджменте.	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста, аудирования и Интернет-поиска; выполнение

	<b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (1), 9 (1), 9 (2), 9(5).	заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений.
6. Операционная деятельность в системе управления организацией	Управление операционной деятельностью. Интеллектуальная собственность организации. Управление качеством. Инновационная деятельность. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (1), 9 (1), 9 (2), 9(4).	Групповое обсуждение грамматических явлений на базе лексики по теме занятия; групповое обсуждение прослушанного аудиофрагмента; выполнение лексико-грамматических заданий.
7. Управление рисками	SWOT-анализ. Проблемы кассового разрыва. Банкротство. Слияния и поглощения. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (1), 8(2)б 9 (1), 9 (2), 9(3).	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение докладов по теме; дискуссии на основе моделирования ситуаций по теме занятия.
8. Анализ и выбор управленческих стратегий	Факторы, влияющие на выбор стратегии. Анализ стратегических альтернатив, выбор стратегии, ее реализация и оценка результатов. Использование Интернет-ресурсов в ходе коммерческого взаимодействия (B2B, B2C, B2G). <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (1), 8(2), 8(5), 9(3), 9(6).	Групповое и парное обсуждение содержания печатного текста и аудиофрагмента; дискуссия по теме занятия; разбор кейса; показ мультимедийной презентации с последующим обсуждением; промежуточный контроль (тестирование по теме раздела).
9. Управленческий учет	Место управленческого учета в системе управления предприятием. Объекты управленческого учета: затраты, результаты хозяйственной деятельности,	Групповое обсуждение содержания печатного текста и докладов по тематике семинара; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; организация и

	ценообразование, бюджетирование, внутренняя отчетность. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (1), 8(3), 8(5), 9(6).	проведение деловой игры по теме занятия.
10 Финансовая отчетность в системе управления организацией	Основные виды финансовых отчетов. Типы активов и пассивов. Доходы и расходы предприятия. Классификация потоков движения наличности в отчете о движении денежных средств. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (1), 8(3), 8(5), 8 (8).	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста и аудио-видеофрагментов; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений; работа по составлению отчетов; разбор и решение кейса.
11. Основы налогового учета	Юридические формы организации бизнеса. Различия в их налогообложении. Легальные схемы снижения налоговых обязательств. Работа налогового консультанта и аудитора. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (1), 8(5), 8(3), 8 (7).	Групповое и парное обсуждение содержания печатного текста; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме при работе с налоговой документацией; дискуссия по теме занятия; тестирование знаний по теме раздела.

### Содержание семинаров и практических занятий 5.3.2. Профили «Маркетинг», «Управление продуктом»

Таблица 3.2

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
1. Роль маркетинга в бизнесе.	Маркетинг в современном мире: роль и значение. Маркетинговая стратегия. Основные принципы маркетинга. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(2), 8(9), 9 (2).	Групповое обсуждение содержания печатного текста и докладов по тематике семинара; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; организация и проведение деловой игры по теме занятия

2. Жизненный цикл товара.	Стадии жизненного цикла. Характеристики и стратегии. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(2), 8(9), 9 (3).	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста и аудиовидеофрагментов; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений; работа по составлению отчетов; разбор и решение кейса.
3. Ассортимент и ценовая политика.	Типы продуктов. Виды ценовой политики. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(2), 8(9), 9 (4).	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение докладов по теме; групповые дискуссии на основе моделирования ситуаций по теме занятия.
4. Маркетинговый план: аудит и цели.	Проведение маркетингового аудита. Три типа анализа: SWOT анализ, PESTEL анализ, анализ 5 сил Портера. Постановка маркетинговых целей. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(2), 8(9), 9 (5).	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста и аудио-видеофрагментов; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений; работа по составлению отчетов; разбор и решение кейса.
5. Маркетинговый план: стратегия и тактика.	Составление маркетинговой стратегии. Планирование и обсуждение маркетингового микса. Презентация маркетингового бюджета. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(2), 8(10), 9 (6).	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста и аудио-видеофрагментов; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений; работа по составлению отчетов; разбор и решение кейса.
6. Общение с клиентами.	Лояльность бренду. Работа с клиентами. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(2), 8(10), 9 (7).	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста и аудио-видеофрагментов; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений; работа по составлению отчетов; разбор и решение кейса.

7. Исследование рынка.	Маркетинговые исследования: методы и техники. Фокус группы. Маркетинговый микс. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(2), 8(10), 9 (7).	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста и аудио-видеофрагментов; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений;
8. Развитие нового продукта и брендинг.	Значение бренда. Разработка бренда. Индивидуальность бренда. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(9), 8(10), 8(11), 9 (8).	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение докладов по теме; групповые дискуссии на основе моделирования ситуаций по теме занятия.
9. Внедрение нового продукта на рынок и его продвижение.	Способы продвижения продукта на рынке. Меры по оживлению сбыта. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(10), 8(11), 9 (8).	Групповое обсуждение содержания печатного текста и докладов по тематике семинара; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; организация и проведение деловой игры по теме занятия.
10. Реклама.	Типы рекламы. Реклама в интернете. Глобальные рекламные компании. Спонсорство. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(10), 8(11), 9 (8).	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение докладов по теме; групповые дискуссии на основе моделирования ситуаций по теме занятия.
11. Маркетинговые мероприятия.	Выставки, презентации, распродажи. Разботка стенда. Организация общения с потециальными клиентами, налаживание полезных связей. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(10), 8(11), 9 (10).	Групповое обсуждение содержания печатного текста и докладов по тематике семинара; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; организация и проведение деловой игры по теме занятия.

## Содержание семинаров и практических занятий

### 5.3.3. Профиль «Логистика»

Таблица 3.3.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается)	Формы проведения занятий
--	---	--------------------------

	раздел и порядковый номер источника)	
1. Профессии в сфере логистики.	Логистика как наука. Основные принципы логистики. Профессия – логист: содержание и обязанности. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (2), 9(1)	Групповое обсуждение содержания печатного текста и докладов по тематике семинара; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; организация и проведение деловой игры по теме занятия
2. Логистические услуги.	Виды логистических услуг. Минимизация затрат. Основные требования к формированию логистических систем. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (2), 9(2)	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение докладов по теме; групповые дискуссии на основе моделирования ситуаций по теме занятия.
3. Цепочки поставок.	Управленческая концепция и организационная стратегия. Прогнозирование. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (2), 8(12)	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста и аудио-видеофрагментов; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений; работа по составлению отчетов; разбор и решение кейса.
4.Использование цепочки поставок для увеличения объема продаж.	Логистическая стратегия. Главные компоненты управления цепочек поставок. Управление жизненным циклом продукта. Закупки в рамках цепочек поставок. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8 (2), 8(12), 9(5)	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение докладов по теме; групповые дискуссии на основе моделирования ситуаций по теме занятия.
5.Мировая система снабжения	Разновидность систем снабжения. МРП 1 и МРП 2. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(12), 9(6), 9(10)	Групповое обсуждение содержания печатного текста и докладов по тематике семинара; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; организация и проведение деловой игры по теме занятия
6.Транспортная логистика	Виды и типы трансворта. Погрузка. Документы необходимые при транспортировке товаров. Выбор перевозчика.	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста и аудио-видеофрагментов; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в

	<b>Рекомендуемые источники:</b> 8(12), 9(6), 9(10)	малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений; работа по составлению отчетов; разбор и решение кейса.
7. Управление запасами	Бесперебойные поставки. Дефицит и избыток. Основные модели управления запасами. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(12), 9(6), 9(9)	Групповое обсуждение грамматических явлений на базе лексики по теме занятия; групповое обсуждение прослушанного аудиофрагмента; выполнение лексико-грамматических заданий.
8. Хранение и склады	Маркировка. Складское оборудование. Система складирования и хранения. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(12), 9(6), 9(9)	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста и аудио-видеофрагментов; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений; работа по составлению отчетов; разбор и решение кейса.
9. Документация и финансы в логистике	Методы платежа. Сертификация. Поступление и обработка заказов. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(12), 9(6), 9(9)	Групповое обсуждение содержания печатного текста и докладов по тематике семинара; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; организация и проведение деловой игры по теме занятия
10. Логистика и система снабжения. Общее и различие.	Место логистики снабжения в логистической системе. Снабженческие стратегии. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(12), 9(6), 9(10)	Групповое обсуждение грамматических явлений на базе лексики по теме занятия; групповое обсуждение прослушанного аудиофрагмента; выполнение лексико-грамматических заданий.
11. Страхование	Страхование грузов. Документация необходимая при страховании. <b>Рекомендуемые источники:</b> 8(12), 9(6), 9(10)	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение докладов по теме; групповые дискуссии на основе моделирования ситуаций по теме занятия.

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

### 6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»

Таблица 4.1.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
1. Функции менеджмента.	Процессы управленческой деятельности (организация, постановка целей, планирование, выдача распоряжений, координация работы, контроль, оценка, вознаграждение и т.д.). Лидерство как неотъемлемая часть управления людскими ресурсами (теории лидерских черт, теории великого человека, теории лидерских стилей, теории управления человеком и т.д.). Функции руководства предприятием.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки групповой дискуссии и мини-презентации. Изучение материалов по проблемам межкультурной коммуникации в менеджменте.
1. Организационная структура компании	Совершенствование различных видов организационной структуры предприятия. Особенности менеджмента в различных секторах экономики и кросс-культурный подход в управлении при организации работы на предприятии и в ходе совместных проектов с иностранными партнерами.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с использованием аутентичных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для извлечения релевантной информации с целью: ведения дискуссии по межкультурным различиям.
2. Мотивация сотрудников	Роль мотивации в управлении. Знакомство с теориями мотивации. Применение содержательных и	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами.



	<p>процессуальных теорий в управлении организации. Формирование и улучшение системы мотивации персонала в организации.</p>	<p>Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки презентаций PowerPoint с использованием СДП и работы с кейс-стади.</p>
<p>3. Теории лидерства и стили управления</p>	<p>Теории руководства и лидерства: личностная теория лидерства, поведенческие теории лидерства (Теории «Х» и «У» МакГрегора, двухмерные трактовки стилей руководства и т.д.), ситуационные теории лидерства (Модель руководства Фидлера, Теория жизненного цикла Херси и Балншарда, Теория «путь-цель» Хауса, Модель принятий решений Врума-Йеттона).</p>	<p>Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с использованием аутентичных научных статей и с Интернет-ресурсами для подготовки ролевых игр. Подготовка к контрольной работе.</p>
<p>4. Уровни планирования в менеджменте</p>	<p>Оперативное, тактическое и стратегическое планирование в менеджменте. Процесс стратегического планирования, его элементы и этапы. Участие менеджеров в определении миссии компании.</p>	<p>Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой для: осуществления участия в мозговом штурме. Работа с использованием аутентичных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки мини-презентаций. Изучение материала по проблемам межкультурной коммуникации.</p>
<p>5. Операционная деятельность в системе управления организацией</p>	<p>Конструкты операционной деятельности на предприятии: основные бизнес-процессы, обеспечивающие процессы, управленческие процессы. Системы управления организацией и операционными рисками</p>	<p>Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-</p>

	(планирование, регистрация фактов операционных рисков, контроль рисков, связь с бизнес-процессами организации).	ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к групповой дискуссии.
6. Управление рисками	Анализ и принятие решений по рисковому событиям. Процессы управления рисками: мониторинг, планирование действий по минимизации угроз, количественная и качественная оценка рисков, идентификация рисков, планирование управления рисками.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки доклада.
7. Анализ и выбор управленческих стратегий	Анализ и оценка внутренней и внешней среды организации. Определение стратегических альтернатив. Способы выбора стратегии. Подготовка стратегического плана и его реализация. Контроль результатов. Способы получения обратной связи.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к кейс-анализу и мультимедийной презентации.
8. Управленческий учет	Направления (виды) управленческого учета (производственный, маржинальный, бюджетный, финансовый (стратегический и тактический), кадровый и т.д.). Адаптация западных моделей управленческого учета к системе российского бизнеса.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к деловой игре и дебатам. Изучение материала по проблемам межкультурной коммуникации.

10. Финансовая отчетность в системе управления организацией	Использование бухгалтерской информации. Финансовые отчеты Общепринятые принципы бухучета Накопленные / начисленные обязательства. Чистая стоимость.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к кейс-анализу.
11. Основы налогового учета	Налоговые льготы. Изучение финансовой ситуации в корпорации, анализ финансовой документации, поиски оптимальных решений.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с использованием оригинальных образцов для подготовки к ее анализу. Изучение материала по проблемам межкультурной коммуникации. Подготовка к контрольной работе.

### Профили «Маркетинг», «Управление продуктом»

Таблица 4.2.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
1. Роль маркетинга в бизнесе.	Специализации маркетолога. Рабочие обязанности маркетолога. Корпоративный имидж.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, включая Интернет-ресурсы для подготовки презентаций с использованием СДП.
2. Жизненный цикл товара.	Типы и виды товаров и услуг. Матрица БКГ.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к групповой дискуссии.

3. Ассортимент и ценовая политика.	Ценовая политика розничного магазина. Факторы, влияющие на формирование торгового ассортимента.	Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к кейс-анализу и мультимедийной презентации.
4. Маркетинговый план: аудит и цели.	Целевые рынки. Анализ основных конкурентов.	Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к кейс-анализу и мультимедийной презентации с использованием СДП.
5. Маркетинговый план: стратегия и тактика.	Разработка SMART целей.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к деловой игре и дебатам. Изучение материала по проблемам межкультурной коммуникации.
6. Общение с клиентами.	Клиентский профиль. Обратная связь с клиентом. Маркетинговая этика.	Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к кейс-анализу и мультимедийной презентации.
7. Исследование рынка.	Сбор информации. Телефонный опрос.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к групповой дискуссии.
8. Развитие нового продукта и брендинг.	Мозговой штурм. Позиционные стратегии.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с использованием аутентичных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для извлечения релевантной информации с целью ведения дискуссии
9. Внедрение нового продукта на рынок и его продвижение.	Разработка новых идей. Каналы сбыта. Виды ретейлеров.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с использованием аутентичных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе включая Интернет-ресурсы для извлечения релевантной информации с целью ведения дискуссии по изучаемой теме.
10. Реклама.	Работа с рекламными	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа

	агенствами. Рейтинги. Написание эффективного прес релиза.	с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к деловой игре и дебатам.
11. Маркетинговые мероприятия.	Телемаркетинг. Прямой маркетинг. Подарки. Организация мероприятия.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с использованием аутентичных профессионально-ориентированных источников информации, включая Интернет-ресурсы для извлечения релевантной информации с целью ведения дискуссии.

### Профиль «Логистика»

Таблица 4.3.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
1. Профессии в сфере логистики	Особенности профессии логиста	Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с использованием Интернет-ресурсов для подготовки к кейс-анализу и мультимедийной презентации.
2. Логистические услуги.	Маршрут следования. Особенности логистических услуг.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с использованием аутентичных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для извлечения релевантной информации с целью ведения дискуссии.
3. Цепочки поставок.	Принципы снабжения. Показатели поставок.	Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к кейс-анализу и мультимедийной презентации с применением СДП.
4. Использование цепочки поставок для увеличения объема продаж.	Типы торговых предприятий. Формирование ассортимента. Стимулирование сбыта.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с использованием аутентичных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для извлечения релевантной информации с целью ведения дискуссии

5. Мировая система снабжения	Стоимость в цепи поставок. Калькуляция затрат. Методы ценообразования.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к деловой игре и дебатам.
6. Транспортная логистика	Функции экспедирования. Виды контейнеров. Меры измерения принятые при транспортировке товаров.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к деловой игре и дебатам.
7. Управление запасами	Классификация запасов. Стадии управления запасами. Основные показатели управления.	Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к кейс-анализу и мультимедийной презентации.
8. Хранение и склады	Требования к организации складского хозяйства. Классификация складов. Складская документация. Методы учета.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к деловой игре и дебатам.
9. Документация и финансы в логистике	Транспортная документация. Финансовые потоки в логистике.	Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к кейс-анализу и мультимедийной презентации.
10. Логистика и система снабжения. Общее и различие.	Экономическое обеспечение логистики, оценка производительности логистической системы	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к деловой игре и дебатам.
11. Страхование	Виды рисков. Организация страхования.	Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к кейс-анализу и мультимедийной презентации.

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

Пример теста текущего контроля (контрольной работы)  
Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»

### MID-TERM TEST VARIANT A

**Task 1. Read the text and choose the correct answer from A, B or C.**

Management is essential for an organized life and necessary ... (1) ... all types of management. Good management is the backbone of successful organizations. Managing an organization means ... (2) ... with and through other people ... (3) ... its objectives. Management is a set of principles relating to the functions of planning, organizing, directing, and controlling, and the application of these principles in harnessing physical, financial, human, and informational resources efficiently and effectively to achieve organizational goals. ... (4) ... the management of an organization into levels is vital to ... (5) ... the productivity and work performance of employees. Although when there is a change in the size of the business or the workforce, there would also be a change in the number of levels of the management. The three levels of management ... (6) ... a separation between the managerial positions of the organization. The administrative rank of an organization worker determines the extent of authority, the status enjoyed, and the chain of command that can ... (7) ... by the worker. Middle managers are in charge of ... (8) ... any changes needed in an organization. There are three levels of management found within an organization, and the levels are: top-level management, middle-level management and low-level management. Top-Level Management ... (9) ... to as the administrative level. They coordinate services and are keen on ... (10) .... The top-level management is made up of the Board of Directors, the Chief Executive Officer (CEO), the Chief Financial Officer (CFO) and the Chief Operating Officer (COO) or the President and the Vice President.

	A	B	C
1	running	to run	have been running
2	getting things done	to get things done	being got things done
3	to achieve	achieving	to have achieved
4	Being segmented	To segment	Segmenting
5	having been maintained	maintaining	maintain
6	to provide	to be provided	provide
7	to be controlled	be controlled	being controlled
8	facilitate	facilitating	facilitated
9	is also referred	to have been referring	refferring
10	being planned	to have been planning	planning

**Task 2. Read the text. Decide if the following statements are true (T) or false (F).**

The performance gap between the newer Agile ways of working and more traditional styles of top-down, plan-driven project management is huge. The most commonly used old approach, Waterfall, has a success rate of just eleven percent. A successful project is defined as one completed in a reasonable period, within budget and to the satisfaction of users. Waterfall involves a lengthy process of gathering and documenting all aspects of the new product. The documents are passed through assorted departments to be signed off. In 1986 two professors from Japan, Hirotaka Takeuchi and Ikujiro Nonaka, wrote a paper in the Harvard Business Review which declared that ‘the old, sequential approach to developing new products simply won’t get the job done’. The ‘relay race’ wasn’t working – this is where departments completed their part of a task and then handed over the project to the next department. Instead, they recommended that people from different parts of a company work together like a team in sport. Je Sutherland and Ken Schwaber are the co-creators of Scrum, an Agile approach to project management. According to research, projects that use Scrum or other Agile approaches have a thirty-nine percent success rate. The term Agile came from seventeen software engineers who got together to write down their ideas in a ski resort in Utah in 2001. They highlighted the need for close collaboration with customers and responsiveness to change. Sometimes it could take months between the start of a project and product delivery. Instead, they suggested that teams from different departments worked on the product together for short periods. The aim was to be able to quickly show the unfinished product to the customer, who could make suggestions. The team would use the comments to improve the product for the next stage. Scrum calls its development cycles ‘sprints’.

11. The paper published by two Japanese professors criticized the obsolete style of product development.
12. These researchers suggested that people from different departments work together in teams.
13. Projects fulfilled with the use of Scrum have a 50% success rate.
14. Je Sutherland and Ken Schwaber worked out Scrum.
15. The term Agile came from seven software engineers who decided to create the new approach in management in 2001.
16. It was necessary to collaborate with customers to improve the product.
17. Responsiveness needed changing in managing a ski resort.
18. The idea of a new approach offered was in showing the unfinished product to the customer to get suggestions from them and improve the final product.
19. The comments to improve the product for the next stage are required.
20. Development cycles are called ‘sprints’.

**Task 3. Match the term with its definition.**



21. Money that a company receives, especially from selling goods or services result of a particular action or situation, often one that is bad or inconvenient.

A	B	C
revenue	rent	turnover

22. To stand or be positioned close together in a group.

A	B	C
unite	cluster	appoint

23. To start something that will last for a long time, or to create something in a particular way.

A	B	C
found	cost	establish

24. With different parts or things connected or related to each other.

A	B	C
mutual	interconnected	peripheral

25. One part of a large organization, such as a company or university, that deals with a particular area of work, business, study, etc.

A	B	C
department	section	unit

26. To express a thought, feeling, or idea so that it is understood by other people.

A	B	C
define	convey	handle

27. The act of putting a plan into action or of starting to use something.

A	B	C
identification	measurement	implementation

28. To give official permission for smth to happen, or to give official permission to do something.

A	B	C
authorize	establish	exert

29. To give a description of something or information about something to someone.

A	B	C
permeate	submit	report

30. To control and direct the public business of a country, city, group of people, etc.

A	B	C
monitor	govern	manage

**Task 4. Choose the only possible variant in each sentence.**

31. The senior manager instructed the emphasis ... on each activity would vary according to the position in the hierarchy.

- a. placing
- b. to place

c. to be placed

32. Managers perform their functions by... goals for their departments and other business units.

- a. to set
- b. having been set
- c. setting

33. Middle managers can motivate and assist first-line managers ... business objectives.

- a. to achieve
- b. to have been achieved
- c. being achieved

34. In a data matrix, rows usually represent objects ..., and columns usually represent features or attributes of the objects (typically experiments).

- a. to clustered
- b. clustering
- c. to be clustered

35. The top-level management is considered ... the management of goals and policies and the ultimate source of authority of the organization.

- a. to control
- b. controlling
- c. to have been controlled

36. Middle managers may also communicate upward, by ... suggestions and feedback to top managers.

- a. to offer
- b. offering
- c. having been offering

37. Ouchi's theory Z focuses on ... employee loyalty to the company by providing a job for life.

- a. being increased
- b. increasing
- c. to be increased

38. The Hawthorne Effect suggests that employees want their work ..., and only on that condition they will be more productive.

- a. to be measured and studied
- b. being measured and studied
- c. to have measured and studied

39. In addition to raising salaries and offering signing bonuses and stock options, leaders are looking for even more ways ... in today's competitive labor market.

- a. to having been attracting talent and boosting motivation
- b. to attract talent and boost employee motivation
- c. attracting talent and boosting employee motivation

40. With many workers now accustomed to ... from home, some organizations are building on-site wine bars, covering commuting costs, or providing free lunch to encourage employees to come back into the workplace.

- a. having been working
- b. be working
- c. working

**Task 5. Match the notions on the left to their definitions on the right.**

41	disturbance	A	result or effect
42	contingency	B	to state or describe something clearly and exactly
43	hierarchical	C	not central or of main importance
44	specify	D	the ability or power to decide or strongly influence the particular way in which something will happen or someone will behave, or the condition of having such ability or power
45	organization	E	to put someone or something into a less important position
46	subordinate	F	something that you are planning to do or achieve
47	peripheral	G	someone who is high or higher in rank
48	control	H	something that interrupts someone or makes someone feel worried
49	objective	I	to discover the exact size or amount of something
50	senior	J	a group of people who work together in an organized way for a shared purpose
		K	arranged according to people's or things' level of importance, or relating to such a system
		L	something that might possibly happen in the future, usually causing problems or making further plans and arrangements necessary

**Пример теста текущего контроля (контрольной работы)**

**Профили «Маркетинг», «Управление продуктом»**

**MARKETING**

**MID-TERM TEST**

**VARIANT A**

**Task 1. Read the text and determine whether the following statements are true or false.**

The business landscape is becoming highly competitive. These days, if you want to survive in any industry, it is essential to market your business. Only when you can spread the word out about your business, it becomes easy for you to get new clients. If you ignore the need for marketing, it would be tough for you to survive in your industry. Marketing refers to the promotion of your products or services. However, instead of promoting them in front of the non-targeted audience, it is better to promote it in front of your target audience. Only when you do so, the conversion rate will be on the higher side. The types of marketing are increasing due to the advent of the digital world. These days, there are various types of marketing campaigns which you can undertake. If you're looking to go for offline marketing campaigns, you can go with billboards, direct mail, and pamphlets. Similarly, if you're thinking about digital marketing, you can opt for social media marketing, PPC advertising as well as SEO. There are various digital marketing agencies which can help you with marketing tips for small businesses. The point is with so many different marketing campaigns; you can quickly increase the reach of your business among consumers. With the help of digital marketing especially, you can gain global consumers, which will further expand your business. The primary function of each marketing campaign is to get you more customers. If you want to expand at a rapid pace, you have no other option but to start a marketing campaign. If you don't, your competitor certainly will. It will mean that your competitor will have the edge over your business. Once the competitor captures a significant market share, he/she can easily control the market. It will mean that your profit margins will be at the mercy of your competition. So, to avoid such a situation, it is a much better idea to use a marketing campaign to increase your sales. It will also enable you to gain more market share, which will eventually help your business tremendously.

1. If you want to survive in any industry you have to promote your business.
2. If you do the marketing, it is easier to get new clients.
3. You can ignore the need for marketing, it won't influence your business.
4. Marketing refers to banding your products and services.
5. The conversion rate will be higher if you promote your services in front of non-targeted audience.
6. With a successful marketing campaign you can quickly increase the reach of your business among consumers.
7. Once the competitor captures a significant market share, your business will be left at his/her mercy.
8. A marketing campaign can help you increase your market share.
9. If you are thinking about digital marketing you can go with billboards, direct mail and pamphlets.
10. You can't get global customers by using offline marketing campaigns.

**Task 2. Chose the best word or phrase to complete each of these sentences.**

1. Marketers today use a greater variety of media and marketing ... to communicate with their customers.
  - a) procedures
  - b) research
  - c) ways
  - d) methods
2. What percentage of the marketing budget should we .... For TV advertising?
  - a) give
  - b) share
  - c) distribute
  - d) allocate
3. In difficult times, companies may be able to negotiate lower advertising ....., allowing them to do the same amount of advertising for less money.
  - a) prices
  - b) costs
  - c) rates
  - d) fees
4. "Sprite" is a brand name in the soft- drinks ....
  - a) type
  - b) category
  - c) commerce
  - d) class
5. Many national brands find it difficult to compete with .... Brands, both at home and internationally.
  - a) global
  - b) foreign
  - c) local
  - d) established
6. Many retailers are offering .... To get customers into their shops, for example but one get one free, free delivery on all orders over 150.
  - a) competitions
  - b ) price reductions
  - c) price promotions
  - d) list prices
7. One challenge that pharmaceutical brands face is competition from ... products.
  - a) generic
  - b) look alike
  - c) pirated

d) own-label

8. Calculating the difference between the selling price and the costs gives you the profit ... .

- a) revenue
- b) margin
- c) difference
- d) amount

9. A ... is anywhere the consumer can physically purchase products.

- a) retail outlet
- b) retail chain
- c) retail market
- d) retail store

10. Fashion retailer Zara now has a network of over 1500 stores globally and still has plans for further ... .

- a) stretching
- b) extension
- c) expansion
- d) increase

**Task 3. Match the terms with its definition in the right-hand column.**

1. categories	A	reductions in the usual price
2. rates	B	groups of products that are all of the same type
3. demand	C	The systems you use to get goods to customers
4. returns	D	goods returned because they are faulty or not wanted
5. promotion	E	activities intended to help sell a product
6. discounts	F	bringing together separate activities into one large whole
7. channels	G	the need that people have for particular goods and services
8. consolidation	H	the possibility that something will happen
9. prospects	I	basic charges for a service
10. intangible assets	J	something that a business has, but is not physical, so hard to value. E.g. a brand name.

**Task 4. Determine whether these statements are true or false.**

1. A target market can be defined as group of customers that the business has decided to aim its marketing efforts and ultimately its merchandise.

2. Survey is taking a representative portion of a material or product to test typically for the purposes of identification, quality control, or regulatory assessment.

3. Marketing mix is price, product, distribution, promotion.
4. The aim of target marketing is to avoid having 'slack', surplus capacity.
5. The market niche defines the specific product features aimed at satisfying specific market needs, as well as the price range, production quality and the demographics that is intended to impact.
6. The core product has five characteristics: packaging, branding, styling, quality, features.
7. Consumer goods fall into convenience, specialty, unsought and shopping goods.
8. One of the objectives of the pricing policy is to target a particular segment and so 'position' the product.
9. Price discrimination may be used for bulk purchases or as a price cutting tactic by a retailer, or as promotional aid.
10. The efforts of the marketing department are directed at moving the upper limit of price downwards by increasing in some way the benefits to the customer.

**Task 5. Choose the correct form. There is only one correct option.**

- 1 It is well documented that brands that ... advertising during an economic slowdown, when competitors ... their advertising can improve market share and profits.
  - a) increase ... are reducing
  - b) increases ... reduces
  - c) is increasing .... is reducing
  - d) are increasing ... is reducing
- 2 Less than 10 years later Google's determination to become the top search-and-information service ... it to outstrip Yahoo.
  - a) had allowed
  - b) allowed
  - c) allows
  - d) allow
- 3 The brand was developed in the US in 1963, when its then parent company, PR Mallory, ... to introduce a new battery and challenge the dominance of Eveready, the former market leader.
  - a) wanted
  - b) want

- c) was wanting
- d) wants

4 Luxury-goods companies like LVMH ... very successful in expanding national brands across borders and transforming them into global brands.

- a) has been
- b) was
- c) have been
- d) is

5 Successful companies ... do not abandon their marketing strategies in times of economic uncertainty, they just need to adapt them.

- a) doesn't abandon
- b) isn't abandoning
- c) aren't abandoning
- d) do not abandon

6 Since its introduction in 1964, the brand identity ... the inspiration for advertising for the brand.

- a) have been
- b) has been
- c) were
- d) was

7 There .... have been many examples of brands that ... have been damaged by strategic errors.

- a) have been ... have been damaged
- b) were ... have been damaged
- c) have been ... was damaged
- d) has been ... were damaged

8 Apple ... its direction after the departure of Steve Jobs, its co-founder, but ... its position with his return.

- a) had lost ... had regained
- b) lost ... regained
- c) lost ... was regaining
- d) lost ... had regained

9 In today's world, the advantages of innovation .... as long, and there are fewer things that ... companies from competition.

- a) won't last ... protect
- b) doesn't last ... protects
- c) don't last ... protect
- d) don't last ... protects



10 Many computer users found that the new software ... compatible with some of their old peripherals, such as printers or scanners, and that it ... slowly.

- a) was not ... ran
- b) is not ... is running
- c) was not ... was running
- d) is not ... ran

**Пример теста текущего контроля (контрольной работы)**

**Профиль «Логистика»**

**MID-TERM TEST**

**VARIANT A**

**Task 1..Read the text and determine whether the following statements are true or false.**

The general public learned far more about supply chains last year than it probably cared to. A host of disruptions to production and shipping interacted with soaring demand for goods to produce bare shelves and rising prices. Although goods have been in short supply, the number of measures tracking supply-chain woes has proliferated at an impressive pace in recent months. All paint a picture of historically high levels of disruptions, and an uncertain path ahead.

One gauge is an «ocean timeliness indicator», published by Flexport, an American logistics firm. The indicator reports how long it takes a shipment to move from the supplier's warehouse to the departure gate of the destination port, for two big freight routes out of China: to Europe and America. Three years ago the journey to Europe took just under 60 days, and that to America just under 50. Travel times then rose steadily after the pandemic struck. But the trends for the two routes have diverged a little in recent months. Shipping times to Europe have fallen from above 110 days down to 108. Transport to America, at 114 days' total journey time, takes longer than ever.

A global supply -chain pressures index, compiled from a variety of indicators by economists at the Federal Reserve Bank of New York, tells much the same story. Before the pandemic the highest-ever reading of the index (which the researchers have computed back to 1990s) was in April 2011. Then, troubles associated with an earthquake and tsunami in Japan pushed the index up to 1.7 standard deviations above its long run average. The measure surged much higher in spring 2020, to 3.9 standard deviations above the mean; last year (2021) it rose even further still, reaching 4.4 in October. It has since retreated, but only by a touch, continuing to signal a high level of stress.

- 1 The general public wanted to know more about supply chains.
- 2 The production was disrupted, but the demand grew.
- 3 «Ocean timeliness indicator» reports how long it takes a shipment to get to the port of destination.
- 4 The is only one big freight route out of China — to Europe.

- 5 The travel times have hardly changed after the pandemic- they have always been long.
- 6 The global supply chain pressure index shows the level of stress the world supply chains are experiencing.
- 7 The global supply-chain pressure index was the highest -ever after an earthquake and tsunami in Japan in April 2011.
- 8 The Federal Reserve Bank of New York started to compute the global supply-chain pressure index before the pandemic.
- 9 Since October 2021 the global supply chain index has fallen by a touch.
- 10 Shipping times to Europe and America from China stay ultimately long — up to 108 and 114 days respectively.

**Task 2. Chose the best word or phrase to complete each of these sentences.**

- 1 Late delivery of essential components meant we could not meet production targets and has led to production ... of 30 per cent for the last two months.
- a) restriction
  - b) losses
  - c) shortfalls
  - d) shortages
- 2 If your sales ... are lower than the actual demand for a product, there is a risk of product shortages.
- a) results
  - b) forecasts
  - c) performance
  - d) requirements
- 3 Critical components for vehicles are manufactured by suppliers according to the manufacturer's design ... .
- a) plan
  - b) conditions
  - c) specifications
  - d) instructions
- 4 At critical points during the production process, the buyer will want to carry out ... at the supplier's factory to check the quality.
- a) examinations
  - b) evaluations
  - c) investigations
  - d) inspections
- 5 .... reduces the risk of being dependent on a single supplier, but managing a lot of suppliers needs additional time and resources.
- a) Single-sourcing

- b) Dual-sourcing
- c) Multiple-sourcing
- d) Exclusive

6 Low cost labour encouraged many multinationals to ... their manufacturing operations to south-east Asia.

- a) subcontract
- b) offshore
- c) backshore
- d) outsource

7 Despite rising costs and wage inflation, China still remains the top location for manufacturing ... .

- a) investment
- b) capacity
- c) expenses
- d) innovation

8 Maintaining ... standards has become an increasing challenge for large clothing retailers because of the size and complexity of supply chains.

- a) moral
- b) honest
- c) realistic
- d) ethical

9 .... in the press about poor conditions in supplier factories abroad can damage a company's reputation with consumers and negatively affect its sales.

- a) Allegations
- b) Statements
- c) Worries
- d) Suspicions

10 Labour costs in Vietnam are amongst the lowest in the world, but many garment workers are not paid a (n) ... wage (i.e. enough to cover basic costs of rent, food and bills).

- a) live
- b) living
- c) average
- d) regular

**Task 3. Match the definitions with the words given in the right column.**

1	something that gives a company an advantage over others	A	at the forefront
---	---	---	------------------

2	extremely valuable and rare, which a lot of people want	B	a pilot project
3	in the leading position	C	at a premium
4	the way goods are arranged in a store so they are easily seen by customers	D	a competitive edge
5	a test done on a small scale to see how something works	E	display
6	information about sales, which is current or in real time	F	assembled
7	replacement of what has been used or sold	G	live sales data
8	put together in a certain way	H	battle
9	rapidly increasing	I	replenishment
10	fight against	J	surging

**Task 4 . Match these words to make noun-noun partnerships.**

1 production	a) value
2 manufacturing	b) goods
3 market	c) capacity
4 industry	d) costs
5 sales	e) average
6 consumer	f) forecasts
7 information	g) times
8 business	h) infrastructure
9 lead	i) system
10 logistics	j) processes

**Task 5. Choose the correct form. There is only one correct option.**

1 In sectors such as consumer goods and retailing, established companies ... already the easiest supply-chain efficiencies.

- a) have achieved
- b) achieved
- c) has achieved
- d) have been achieved

2 Supply -chain managers in many sectors .... greater visibility of what ... in their supply chains and faster access to more accurate data.

- a) is looking for ... happens
- b) looks for .... happens
- c) are looking for .... is happening
- d) are looking for ... are happening

3 As the manager in charge of the world's largest supply chain, Keith Harrison .... the time .... To give the business of logistics more credit.

- a) believed .... came
- b) believes ... came
- c) believes... has come
- d) believes ... had come

4 Since his appointment in 2010 Mr Harrison ..... at the forefront of efforts to drive costs from P&G's supply chain, helping the company meet its long-term sales and earnings growth targets.

- a) has been
- b) was
- c) is
- d) were

5 Mr. Harrison says P&G ..... also increasingly over the past three years at ways to turn improvements in the supply chain into top-line sales growth.

- a) is looking
- b) looks
- c) has been looking
- d) looked

6 When the supply chains are global and the products are fashion oriented, the management of logistics .... a key factor in business success or failure.

- a) becomes
- b) is becoming
- c) became
- d) would become

7 When Edscha, a German manufacturer of sun roofs and other car parts, .... for insolvency early in 2009, it .... BMW with a crisis.

- a) files .... presents
- b) filed .... presented
- c) filed .... had presented
- d) files .... presented

8 Failures among important suppliers .... many sectors, from manufacturing to retail.

- a) affect
- b) affects
- c) is affecting
- d) affecting

9 Early warning system .... at operational issues such as whether quality problems .... at a particular supplier, as well as financial issues, such as any attempt to change payment terms.

- a) look .... is increasing
- b) looks ... increases
- c) looks .... are increasing
- d) is looking .... is increasing

10 Many companies .... even who their second-tier suppliers ... .

- a) don't know ..... are
- b) doesn't know .... is
- c) aren't knowing ... -
- d) don't know ... -

**Примерные темы для мини-эссе (в рамках контрольных работ):**

**Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»**

1. Training and knowledge enable you to pursue a career in the world of management
2. Management theories provide the ability to analyze the complexity of organizations and their environments
3. Learning and Development in workforce is critical for the organization
4. To enhance usefulness and eliminate limitations needs an alternative type of organization
5. Modern organizations face learning and development challenges in today's changing environment
6. Strategic management affects the entire organization
7. People are encouraged to see the "whole picture" together
8. Strategic management is an ongoing process
9. Organizations should increasingly adopt the use of compliance controls.
10. Management accounting, cost accounting and controlling are one and the same thing.
11. Management accounting is able to help a company gain competitive advantage.
12. There is no difference between Financial and Managerial Accounting.
13. Internal fraud threatens the life of business.
14. To be meaningful, financial ratios must be viewed in comparison with the ratios of other entities with similar characteristics
15. Financial ratios are one of the best and simplest ways to set an objective performance standard
16. Classifying costs correctly and separating fixed from variable ones are necessary for valid analysis
17. Overhead analysis gives you an opportunity to affect your financial statements
18. Nowadays employers demand a combination of knowledge, skills and behaviour, the ability to perform a specific role
19. To impress a future employer, it's necessary to boost transferable skills, leadership qualities being on top of these

20. Academic qualifications are only a part of what is needed to gain a competitive edge on the labour market

**Примерные темы для мини-эссе (в рамках контрольных работ):**

**Профили «Маркетинг», «Управление продуктом», «Логистика»**

- 1 Brand strategies are very important in securing the brand's image.
- 2 Advertising is an old fashioned type of marketing and doesn't work any more.
- 3 Brands and marketing are the same things.
- 4 People clearly hate ads these days.
- 5 The supply chain becomes critical when manufacturers move away from vertically integrated production.
- 6 Disruptions of supply chains can cause bare shelves in stores.
- 7 Supply chain management and logistics can help strengthen the business operation significantly.
- 8 An effective supply chain management is very important for European companies, which source components from China and other parts of Asia.
- 9 Why is an effective supply chain a prize worth working for?
- 10 What practical steps can a company take to build strong relationships with its suppliers?
- 11 Many companies need to have only one main strategy for locating all their production.
- 12 In the current economic climate do you think the trend for shifting production to countries with lower costs in Eastern Europe, Asia and Latin America will grow or decline?
- 13 One good strategy for companies is to put their own people in supplier's factories to audit and help them improve conditions.
- 14 It is impossible for brands to recover when things go wrong.
- 15 Brands are less important now than before.
- 16 To compete, retailers need websites that have lots of different technical features that will improve customers' shopping experience.
- 17 Global campaigns are better developed by head offices rather than by local ones.
- 18 Global advertising campaigns are creatively hamstrung by the need to be all things to all men.
- 19 Customer service most often goes wrong when customers have queries that are routine.
20. Every company should examine their product line carefully at least once a year.

**Примерные темы для презентаций:**

**Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»**

1. Corporate training strategy
2. Management functions performed at different management levels
3. Management styles & Motivational theories
4. Measures to improve low motivation

5. Recruitment process
6. In-company training programs
7. Steps of strategic management process
8. Crisis management
9. Social corporate responsibility
10. Risk management
11. Management accounting as a special branch of accounting
12. The three steps in management accounting
13. Uses of accounting information in management
14. Financial statements managerial accountants use
15. Generally Accepted Accounting Principles (GAAP) and International Financial Reporting Standards (IFRS)
16. Methods to increase profit margin.
17. Cost accounting
18. Break-even analysis
19. Ways to understand the current financial position of a division
20. Fraud in management accounting

**Примерные темы для презентаций:**

**Профили «Маркетинг», «Управление продуктом», «Логистика»**

- 1 Marketing ethics.
- 2 Legal aspects of marketing.
- 3 Marketing research.
- 4 New product development.
- 5 Brainstorming.
- 6 Product and service types.
- 7 Product life cycles.
- 8 Brand values.
- 9 Market segmentation.
- 10 Logistics acronyms.
- 11 Value added services.
- 12 Continuous replenishment.
- 13 Transport and handling equipment.
- 14 Shipping instructions.
- 15 Warehouse areas.
- 16 Loading.
- 17 Payment methods.
- 18 Container types.
- 19 Handling equipment.
- 20 Documents in foreign trade.

**Примерные темы для дискуссий:**

**Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»**



1. To manage the diversity of day-to-day running the business needs expertise in general management
2. A change of leadership style will lead to organizational change
3. Understanding the motivational theories can help to overcome resistance to change in organizational specific environments
4. Efficient personnel management affects the entire organization
5. Human resources development is an ethical endeavor
6. Effective utilization of human resources ensures competitive advantages
7. Each SBU strategic business unit should be responsible for developing its business strategies
8. Lack of vision on the relationships between processes, technology and organization causes strategic plans fail
9. The need for improved corporate governance has developed significantly in recent years
10. Managerial accountants should be aware of all intricacies of accounting systems
11. A good management accountant can't be created overnight
12. Fraud – here, there, everywhere. If you know the kinds of fraud people try you are less likely to be affected
13. Profitability ratios measure how well the firm generates profits, higher numbers always show strength
14. After breakeven, inventory and overhead are the most important cost accounting concepts to master
15. Understanding budgeting techniques is a fundamental management skill

### **Примерные темы для дискуссий:**

#### **Профили «Маркетинг», «Управление продуктом», «Логистика»**

1. Recent trends in 3PL.
2. What problems can be caused when a supply chain does not work efficiently?
3. Why is it difficult for consumer goods and retailing companies to make improvements to their supply chains?
4. Is it better to manage the sourcing of components and materials internally (in house) or through external suppliers? Is it the same for all types of products and materials?
5. What practical steps can a company take to build strong relationships with its suppliers?
6. In the light of current and future environmental and energy issues, what challenges are companies likely to face when operating their supply chains?
7. Which production and distribution model do you think will be adopted by companies in the future – large, regional production sites with centralized warehouses, or smaller production sites with smaller warehouses nearer to the customers? Why?
8. What are some traditional strategies and aims of running supply chains? What new factors will companies have to take into account when designing their supply chains?

9. Ways to reduce transport costs in the supply chain.
10. Guidelines for minimizing risks caused by temporary surges in demand.
11. What advantages do strong brands give a company?
12. What challenges do brands face today?
13. Think of a brand that has made mistakes but recovered. What mistakes were made? What did it do to recover?
14. Successful luxury brands, such as Louis Vuitton, only sell through their own branded shops. Why do you think this has been such a successful strategy?
15. Most consumers today no longer expect retailers to have physical shops.
16. Have you ever had a bad experience buying online? What kind of things can go wrong?
17. What kind of advertising techniques work for promoting brands on the Internet? Think about: search engine websites like Yandex and Google, social-networking like VK, Facebook, business websites, e.g. news sites, online magazines.
18. Global advertising campaigns are effective, but they need some sensitive adaptation for different markets.
19. What kind of sponsorship possibilities can a large entertainment company like Disney offer to companies? What kind of companies would want to link up with it?
20. What are the benefits of viral marketing for companies?

### **Пример ситуативного задания / мини-кейса**

#### **Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»**

*Case Title:* Financial forecast

*Background:* The client is a large pharmaceutical firm with a market cap of \$85 billion. They have about 4% market share and are currently enjoying a 34 P/E ratio. The industry average P/E is about 29.

*Problem to solve:* The CFO of the firm wants to:

- figure out if the three-year plateau five years out is an issue she should be worried about;
- know what external options she can pursue to fix it.

#### *Available Information:*

Over the next five years a company is looking at a healthy growth in their EBIT margins. However, for three years thereafter, the EBIT margin growth is likely to stagnate when three of their blockbusters come off patent. Subsequently, blockbusters currently in the pipeline will hit the market and their EBIT margins are expected to healthy growth levels.

The client has about \$10 billion in revenues, EBIT runs at about \$3 billion. Gross margins are quite high at 80% and they are totally debt-free.

They have taken the OTC approach and probably will with these blockbusters as well. But this is not a financially attractive option. As soon as the drug goes off patent, its price drops to 20% of its pre-OTC price. Margins are consequently totally squeezed.

**Пример ситуативного задания / мини-кейса**  
**Профили «Маркетинг», «Управление продуктом»,**

***What company's website should we create?***

You work in a marketing department of a local transportation company. Your company is recreating a website. You have been asked to give the presentation about online market research and online campaigns on the company's website.

Points to consider:

- Directing and controlling: comparing actual with planned performance of the company's activities, which the website shows and should show then.
  - Purposes of the online market research; benefits of holding it online.
  - Planning and organizing steps to recreate the website of the company.
- Necessity of designing online campaigns and examples how it can work.

**Пример ситуативного задания / мини-кейса**  
**Профиль «Логистика»**

***Which is the best supplier ?***

You work for a document management company that needs a lot of office supplies to work properly. Your company has received two offers of supply. You have been asked to analyze each of them and make a recommendation as to the best supplier to work with.

Points to consider.

1. What are the main factors that help choose the best supplier?
2. Consider such factors like price factor and terms of payment (cash, bank transfer, bills of exchange, etc.);
3. What does the company need to negotiate before concluding a supply agreement?

The first supplier, "Clip lap", is recognized as a leader in the speed of delivery of stationery products. The company remains committed to tradition, so it retains the expensive technology of stationery production, which is reflected in the price of goods. In addition, payment is possible only in cash. As for the quality of stationery, the company's products are consistently recognized as some of the most durable. The second supplier, "Mapped", provides favorable prices for office items. The delivery time suggested by the company differs from the first supplier's one by a few days. Also, the company accepts any means of payment (ranging from promissory notes to bank transfers). What concerns the quality of goods, you have

collected such data: sometimes defective products arrive to wholesale customers, and some products (markers, pens) spoil before their expiration date.

### **Пример словарного диктанта**

#### **Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»**

1. цепь инстанций, порядок субординации
2. система информационных потоков в организации
3. системность, последовательность; согласованность;
4. непредвиденное обстоятельство
5. отклонение от запланированных результатов
6. руководство
7. прилагать усилия
8. тратить, расходовать
9. корпоративное управление; внутреннее управление
10. реализовать; осуществлять; выполнять
11. денежные стимулы
12. взаимосвязанный
13. должностные обязанности
14. расширение должностных обязанностей и полномочий
15. ротация должностей
16. администраторы высшего уровня
17. администраторы среднего уровня
18. группа менеджеров, несущие ответственность за работу сотрудников
19. план комплектования кадров
20. матричная организация
21. линейно-функциональная организация
22. выполнение, исполнение, совершение; интенсивность труда
23. результативность деятельности фирмы
24. распространять, охватывать
25. порядок действий, алгоритм

### **Пример словарного диктанта**

#### **Профили «Маркетинг», «Управление продуктом»**

1. комплекс маркетинга, составляющие маркетинга
2. предприятие по распределению товара
3. реклама
4. рекламное объявление
5. меры по оживлению сбыта
6. рекламная кампания
7. взывать, привлекать, волновать
8. художественное оформление
9. черта, особенность

10. основной, целевой товар
11. товары повседневного спроса
12. основные товары постоянного спроса
13. предметы первой необходимости
14. агрессивная реклама, охаивающая продукцию конкурента
15. покупательское постоянство, приверженность
16. посредник
17. магазин, канал реализации
18. преимущественная стратегия низких цен
19. организация общественного мнения, связи с общественностью
20. дать возможность

### **Пример словарного диктанта** **Профиль «Логистика»**

1. использовать взаимозаменяемо
2. усугубить что-либо
3. более широко известный
4. пересекаться друг с другом
5. приводить к размытым определениям
6. разные понятия с разными значениями
7. всеобъемлющая концепция
8. связывать воедино несколько процессов
9. достигать конкурентного преимущества
10. сотрудничество между фирмами для подключения поставщиков
11. средство повышения эффективности
12. производить ценность для конечного потребителя
13. создать оперативную основу
14. работать в разных подразделениях и компаниях
15. всеохватывающая сеть цепочек поставок
16. внедрять и контролировать эффективный прямой и обратный поток и хранение товаров
17. между точкой отправления и пунктом потребления
18. дополнять друг друга
19. не допускать размывания границ между терминами
20. связать основные бизнес-процессы

### **Пример ролевой игры** **Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»**

#### *Role play on allocating a training budget*

#### Problem awareness

Suave Ltd is a busy manufacturing company. They produce men's shirts in a highly competitive market. At the moment they export about 40% of their production and they know that, in the current economic situation, increasing exports is the most promising growth area for their business and a new export sales manager is soon to be appointed. Two years ago, Suave Ltd were taken over by a forward-looking company, a fabric manufacturer.

Since the takeover many changes have been made, including the introduction of computer-assisted cutting equipment. This has resulted in an increase in production but with no increase in the amount of fabric used. There has, therefore, been an increase in profits.

The parent company encourages a generous budget for training, both for shop-floor workers and for management.

*Course description*

<i>No</i>	<i>Title of course</i>	<i>Length</i>	<i>Topics Covered</i>	<i>Who should attend</i>
1	Effective Speaking	1 day	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planning and giving a presentation</li> <li>• Selecting and using visual aids</li> <li>• Presenting arguments / ideas persuasively</li> <li>• Managing nerves</li> <li>• Keeping the audience interested</li> <li>• Dealing with questions confidently</li> </ul>	Most managers will benefit from this course particularly those who need to present an idea confidently and effectively to any number of people
2	Effective Meetings	1 day	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparing an agenda</li> <li>• Room layout and seating</li> <li>• Effective visual aids</li> <li>• Managing time during a meeting</li> <li>• Lubricating discussion</li> <li>• Contributing effectively</li> <li>• Follow up</li> </ul>	Anyone who participates in meetings, runs meetings, or takes part in decision making
3	Recruitment Interviewing Skills	1 day	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparation of the job description</li> <li>• Comparing the different advertising methods</li> <li>• Defining the ideal candidate</li> <li>• Preparing for the interview</li> <li>• Making an interview plan and conducting the interview</li> <li>• Behavioural skills and body language</li> <li>• Evaluating the success of interview methods</li> </ul>	Anyone who has to choose new staff to join their organisation and wants to make sure that they choose the best person for the job
4	Building and Leading a Team	2 days	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Choosing and motivating a good team</li> <li>• Creating an atmosphere which produces good teamwork</li> </ul>	Newly-appointed team leaders or managers. Managers whose success is likely to be affected by the performance

			<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifying and eliminating factors which reduce good teamwork</li> <li>Using individual strengths</li> <li>Improving communication within the team</li> <li>Leadership skills</li> <li>Producing an action plan and monitoring it</li> </ul>	of their team and teamwork
5	Time Management	2 linked days with 3 weeks in between	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analysing how time is spent</li> <li>Deciding on priorities and allocating time</li> <li>Identifying time-wasters and eliminating them</li> <li>Delegation</li> <li>Controlling workload, paperwork and interruptions</li> <li>Your diary/personal organiser</li> </ul>	All who want to achieve more in less time and who want practical ideas and techniques that they can apply immediately
6	Stress Management	2 days	<ul style="list-style-type: none"> <li>Understanding stress and how to use it as a motivator</li> <li>Positive stress reduction strategies</li> <li>Avoiding negative strategies such as drink and drugs</li> <li>Relaxation techniques</li> <li>Practical ways of managing stress to maintain and improve effective performance in yourself and others</li> </ul>	All those who may be under stress themselves or who have managerial responsibility for sustaining the performance or motivation of staff

### Simulation

Choose one of the roles (MD, Production Manager, Finance Manager, HR, Export Sales Manager, Domestic Sales Manager), prepare it carefully and be ready to take part in a meeting where you have to make a report.

Hold a meeting where you must decide:

- who you would send on a course;
- which course you would choose (you can choose more than one manager and more than one course if you wish);
- what will be the benefit (tangible and intangible) for the company after having attended these courses.

### Role 1. The Managing Director.

You chair the meeting and ensure everyone participates. Organize the meeting in the following way:

1. Listen carefully to what each head of department has to say. They must explain why and how the money has been spent on the different sorts of training this year. Each manager must also say how they would like the budget to be spent next year.

2. Get agreement on the percentage of the budget to be allocated to each type of training. Write the percentages up on the board.

You personally asked for just one course this year. You think more members of top management should learn *Effective Meeting* to facilitate your business expansion.

Role 2. Production Manager.

You have a very important role in the company. Your department has more staff than any other - in fact half the staff work under you. You welcome the decision to attend *Building and Leading a Team*. It'll help you to identify and eliminate factors which reduce good performance of the company. Also the idea of improving communication within the team is quite attractive for you.

Role 3. Financial Manager.

Unlike your colleagues, you think that spending on training is too high, and this money might be spent more efficiently. You want to persuade them to reduce the overall figure if the parent company allows it and then spend the sum for replacement some obsolete equipment. If not, you offer to concentrate the training budget on accounting, financial management, and handling claims and policies by computer.

Role 4. The Human Resources Manager.

What you would really like is for your own staff and you personally to do more of the training in recruitment procedures you started this year. What could be more important than an efficient work of HR department? You agree your department is small, but you ask only 6% on training for such an essential service. It is very little.

Role 5. Export Sales Manager.

Your staff have more and more frequent contact with foreign countries. Those handling claims need Spanish and French in particular, and those responsible for contacts with your European partners need Italian and German. You feel you must allocate more money to language training and effective speaking.

Role 6. Domestic Sales Manager.

You have more and more frequent contact with partners, so your work is too stressful. You need to reduce the influence of stress on you work. Moreover, you're sure that practical ways of managing stress will improve effective performance in yourself and other staff of your department.

**Пример ролевой игры  
Профиль «Логистика»**

***Insurance in logistics***

How transport operators can differentiate themselves by offering cargo insurance. Enact a talk among a transport operator, a cargo insurer and a freight forwarder.



**Situation:**

Imagine yourself engaged in transport operators' business. Discover how you can keep customers satisfied, reduce your business risks and stand out in the competitive logistics market by offering cargo insurance. With thousands of freight forwarders and logistics providers in Asia Pacific, it is a real challenge to stand out from the competition. Being a transport operator, you are aware of the fact that nowadays shippers have numerous options at their disposal to move their freight around the world.

You must arrive to a certain decision concerning cargo insurance.

The transport operator needs to formulate the extended responses to the following questions: How can you differentiate yourself from other transport operators? What should you do to attract new customers and keep existing customers satisfied with your services? Do you provide value-added services like cargo insurance? Do you incorporate cargo insurance as part of your process to reduce your business risks?

Addressing the freight forwarder and the cargo insurer you will start by clearing up a common misconception – the difference between freight liability and cargo insurance.

**Make use of the helpful phrases:**

- *I am afraid I know next to nothing about it.*
- *Frankly speaking, ....*
- *In my opinion, ....*
- *I totally agree ....*
- *I should keep in mind that ....*
- *That sounds a good idea.*

The freight forwarder discloses the process he/she is involved in by saying that if there is no cargo insurance in place, the shipment of any customer is subject to the standard trading conditions, where limitations of liability and exclusions apply. In the case of a loss to the goods under such responsibility, the compensation will be determined by the trading conditions. Hence, the customer may not receive full settlement, due to limitations (e.g. per kilogram or package) or even worse, the claim might be rejected due to exclusions (e.g. act of God or war). In addition, the customer needs to provide evidence that the transport operator is legally liable for the loss that occurred.

**Make use of the helpful phrases:**

- *Personally, I would advise you to ....*
- *You should keep in mind that ....*
- *As you know ....*
- *I'm afraid that's out of the question.*
- *It might be a good idea if you did it.*

- *Mind that ....*

In his/her saying the cargo insurer emphasizes that with cargo insurance in place, the customer will be compensated according to the policy of insurance. In case of physical loss or damage to the goods while in transit, the customer will be reimbursed up to the full value of the goods. Also, the customer does not have to prove that the transport operator is legally liable for the loss. In this connection, the cargo insurer provides an example of a total loss claim scenario. A freight forwarder was hired to arrange for a shipment of machinery valued at USD 50,000. The shipment was received and upon further inspection, the machinery was found to be damaged. The shipper filed a claim against the freight forwarder.

	Without cargo insurance	With cargo insurance
<b>Compensation limitation</b>	Subject to the standard trading conditions, where limitations of liability and exclusions apply.	Compensation is as per the policy of insurance.
<b>Compensation amount</b>	For damage due to negligence by the freight forwarder: the compensation received by the shipper is USD 25,000. For damage due to an act of God (e.g. earthquake, flood, tsunami, storm): the shipper does not receive any compensation for its loss.	Full settlement of USD 50,000

#### **Make use of the helpful phrases:**

- *Would you mind if I ...?*
- *If it helps you, I'll be very glad to ....*
- *In a nutshell, ....*
- *I suggest you do ....*
- *Why don't you do ...?*
- *I have nothing against it.*

The transport operator estimates the options highlighting his/her preferences. In regard to the above explanation, offering cargo insurance is a real benefit for the customers as their cargo is fully protected from loss or damage during the freight movement process if an unexpected event happens. The transport operator is eventually sure that cargo insurance is vital for the following reasons: it is a difficult process to make claims against any air, road, rail or sea carriers; there is a major hidden cost associated with the handling of cargo claims; it removes conflicts with shippers when cargo is lost or damaged; it removes uncertainties for shippers and creates goodwill with shippers.

**Make use of the helpful phrases:**

- *That seems like good advice. Thank you very much.*
- *That sounds a good idea.*
- *That's certainly a possibility.*
- *I totally agree ....*
- *But make sure that ....*
- *To cut a long story short ....*

**Making a Decision**

In coming to a certain decision, consider that today, it is possible to have access to innovative cargo insurance platforms specifically designed for the transportation industry. As a transport operator, you need cutting-edge and efficient systems to respond to customers with speed and personalized services, especially in the event of cargo claims. Marine cargo insurance web-based platforms allow a transport operator to: obtain instant quotes for one-off shipments; convert the insurance cover purchase in real-time avoiding delays and manual work; protect the business from litigation for loss or damage to cargo and improve customer retention by offering a value-added service to the customers. Having a fast and effective system for quoting cargo insurance is a key differentiator for your business. Sum up the above information in a conditional conclusion to which you must come.

**Your decision:**

---

**Пример ролевой игры**  
**Профили «Маркетинг», «Управление продуктом»**

*Marketing decisions*

**Situation**

Marketing specialists representing businesses in different industries are in a career enhancement training session to meet a few top marketing strategists.

**Task**

Act out a workshop session given by expert marketing strategists on feature-driven versus benefit-driven marketing.

**Adam Erhart, marketing strategist.**

You introduce yourself as a marketing strategist. You inform the participants of the conference that you are going to speak about the latest tools, tricks, tips and tactics in marketing today. You focus your audience on what marketers must know if they want to succeed in today's economy. They must simply avoid those crucial mistakes that are costing them sales and losing their customers. You are sure that one of the biggest sales killers comes down to one simple thing. And that simple thing is failing to clearly communicate why

your customer or ideal prospect should care about what you're selling. That's it! Because if they don't care, no surprise here, they are not simply going to buy. And this is where so many businesses go wrong and lose potential customers by focusing solely on features and ignoring the benefits. You suggest that your listeners dive into the key differences between a feature and a benefit. The simplest and the clearest way to put it is that a feature is what a product does and a benefit is what it does for you. A feature is about a product: What colour is it, how much it weighs, how fast it goes, and things like that. While a benefit is about the customer: how it'll make them safer, or smarter, or cooler, or add value to their life in some way. The feature is what enables the benefit but it's not the feature that they're about at all, rather it's the benefit and the end result they are going to get from the feature in the first place. You wonder if it might seem a bit confusing.

**Make use of the helpful phrases:**

- *Let me introduce myself ...*
- *I believe this is true because ...*
- *I can prove it by*
- *One example is...*
- *Can you share my perspective?*
- *I tend to think that ...*
- *From my experience I can conclude that ...*

Luke Sullivan, Chair of Advertising, Savannah College of Art & Design.

You offer to break it down another way. The features of the things are what you care about and are proud of as a business. But the benefits and the end result are where the magic happens for the customer. You give some examples. A coffee cup has a handle. That is a feature. But the fact that you can hold the handle and a hot cup of coffee without burning your hands is the benefit. Where most businesses get into trouble, however, is that they are so proud of their coffee cup handle. They ramble on and on about features and completely forget about the end consumer and the value they are actually going to deliver. You teach your audience how to take a boring feature and turn into a customer-centred and sales boosting benefit. The marketers should use a powerful little "so you can" statement. It works pretty much every time and allows you to ease the transition away from pushing feature after feature and start promoting more of the benefits associated with those features.

**Make use of the helpful phrases:**

- *Let me introduce myself ...*
- *I would like to give it a second thought...*
- *It seems obvious that ...*
- *I suggest we break it down another way...*

- *I'd strongly advise you to ...*
- *From my research I can conclude that...*

Al Ries, marketing strategist the author of the bestseller “Positioning: the Battle for your Mind”.

You start with some information about your theory. As far as in 1980, you introduced the term ‘positioning’ and defined it as ‘an organized system for finding the window in the mind’. It is based on the concept that communication can only take place at the right time and under the right circumstances. With all that said before you, the audience might start to think that you do not believe in features at all. But on the contrary, they are actually an important part of the equation and you really can’t get too far with a feature without a benefit and with a benefit without a feature. A benefit that doesn’t have a feature is unbelievable. Saying that your product can make someone better, cooler, or smarter without any real tangible features behind is bad marketing. But another factor is customers make buying decisions emotionally. It is the emotion that opens the window in the mind. Then customers justify those decisions later rationally and logically. This is why you need both. You need a benefit to appeal to the emotional side of your customers. Then you that feature to allow them to justify and rationalize their decision logically. You need features to explain, set up, and justify benefits. And you need benefits to show the end result, paint a more compelling picture and ultimately make customers care more.

**Make use of the helpful phrases:**

- *Let me introduce myself ...*
- *This reminded me of ...*
- *Let me cite my book on ...*
- *One piece of evidence is that...*
- *I know from a number of sources that ...*
- *From my perspective...*
- *To sum up, ...*

Naomi Klein, marketing strategist, the author of the bestseller “No Logo”.

You introduce yourself as a marketing strategist. You want to start with an old sales saying: while facts tell, stories sell. You doubt if it is all that simple in reality. Especially with more technical products where people need to know exactly what they are getting. You warn that marketers have to walk a tightrope when it comes to marketing features vs. benefits. You focus on the fact that you need to highlight specific features so that savvy buyers can easily figure out how you compare, while at the same time not alienating mainstream buyers who might not care about the intricacies of what you sell. If you go too far one way or the other you run into problems. But it can also cause a host of other issues, like forcing you to compete on price because the marketing

features you're boasting don't resonate with the benefits your customers might see. You conclude that marketing your features is essential but you need to demonstrate your benefit and value/outcome to your customers.

**Make use of the helpful phrases:**

- *Let me introduce myself ...*
- *Can you tell me what you need right now?*
- *Would you like my help in ....*
- *Let me see if I have this right ...*
- *I'd suggest that ...*
- *Adding to what I said about ...*
- *Overall, what I am trying to say is ...*

Chan Kim, marketing strategist, the author of the classic book "Blue Ocean Strategy".

You introduce yourself as a marketing strategist. You want to give some helpful advice how to finally transform features into benefits. You agree that turning features into benefits is a long process. But using customer research to fuel the next tips can help you make the transition faster. You advise the audience to focus on a few areas. You suggest that you student-marketers stop competing in existing market place. Instead they should create uncontested market space. Beating competition is useless. They should make the competition irrelevant. Exploiting the existing demand is another mistake. The best way is to create and capture new demand. You shouldn't make the value-cost trade-off. The best thing is to break the value-cost trade-off. You declare that what you have just mentioned is the essence of a Blue Ocean strategy. In conclusion you say that this strategy is all about the simultaneous pursuit of differentiation and low cost to open up a new market space and create new demand.

**Make use of the helpful phrases:**

- *Let me introduce myself.*
- *More than anything else, I believe that*
- *The most challenging thing is ...*
- *I'm absolutely convinced that ...*
- *Well, if you ask me ...*
- *Personally speaking, ...*
- *My point in one sentence is ...*

**Making a Decision**

In coming to a decision about this case, consider the following points:

- What do customers buy: features of benefits?
- What strategies can help marketers transform features into benefits?

- How to generate leads and drive business growth?
- What other factors affecting consumers' buying decisions should be discussed?

**Your decision:**

## **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».

Зачет проводится в два этапа:

1. Выполнение лексико-грамматического теста на основе пройденного языкового материала, который включает в себя аудирование (10 баллов), лексико-грамматический блок (10 баллов), письменную работу: написание отчета по заданной теме (10 баллов) – всего 30 баллов.

2. Устный ответ: беседа по заданной теме с высказыванием собственного мнения на основе поставленных вопросов (ответы студента на вопросы преподавателя по изученной тематике) - 30 баллов.

Экзамен проводится в два этапа:

1. Выполнение лексико-грамматического теста на основе пройденного языкового материала, который включает в себя аудирование (10 баллов), лексико-грамматический блок (10 баллов), письменную работу: написание мини-эссе (10 баллов); итого – 30 баллов.

2. Устный ответ: работа с текстом: чтение, реферирование, ответы на вопросы преподавателя по содержанию прочитанного материала (15 баллов) и решение мини-кейса (15 баллов); итого – 30 баллов.

Таблица 5

Наименование компетенции	Наименование индикатора в достижении компетенции	Результаты обучения ( умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
Способность применять знания иностранного языка на	1.Использует иностранный язык в межличностном общении	<b>Знать:</b> - теоретические основы организации коммуникации	<b>Задание #</b> Discuss the following issues: 1. How is it important for a company to invest money into employee

уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)	и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации.	(психологический и лингвистический аспект);  - структуру стандартных коммуникативных задач;  - способы словообразования;   <
--	---	---



		<p><b>Уметь:</b> - анализировать и применять на практике знания психологии общения, адекватного лингвистического оформления сообщений в ситуациях решения стандартных коммуникативных задач;</p> <p>- выстраивать диалогическую и монологическую иноязычную речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в типовых коммуникативных ситуациях.</p>	<p>might have a problem with inadequate resources later on.</p> <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td></tr><tr><td>don't determ ine</td><td>determ ine</td><td>won't determ ine</td></tr></table> <p><b>Задание #</b> Critical thinking. The supervisory and middle management levels of your company have been seriously affected by the lack of promotion prospects and they have become a soft target for head-hunters and competing companies.</p> <p>Discuss with a partner the following issues: What makes training effective? What are you going to do to ensure that your company does not lose vital staff?</p> <p><b>Задание #</b> Explain to your fellow student what information is usually included in managerial accounting and how internal users can make a judgment about the company's affairs on the basis of the documents included in it?</p>	A	B	C	don't determ ine	determ ine	won't determ ine
A	B	C							
don't determ ine	determ ine	won't determ ine							
Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)	2. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникативные технологии.	<p><b>Знать:</b> - функции и виды, социально-психологическую структуру общения; модели эффективного личного и делового (профессионального) общения в письменной и устной форме;</p>	<p><b>Задание #</b> Talk to the class about each of the following topics for about two minutes. Give arguments in favor and against the opinion.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Many people think the job of a manager is dull and routine.</li><li>• Management has changed significantly during the last decade.</li></ul> <p>Get prepared to demonstrate polite and interested listening using the following expressions: <i>Well, I hadn't thought of that ...</i> <i>Exactly</i> <i>That's a good point</i> <i>That's interesting</i> <i>I'm not sure that's relevant</i></p>						

		<p>- способы построения вопросов и ответов;</p> <p>- приемы работы с текстом (читать, анализировать, слушать текст с разной глубиной понимания).</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- анализировать социально-психологические феномены личного и профессионального общения, применять знания осуществления коммуникации при проведении деловых переговоров на иностранном языке;</p> <p>- демонстрировать адекватное речевое поведение, учитывая эффективные стратегии и тактики ведения деловых переговоров на иностранном языке с</p>	<p><i>From my point of view</i></p> <p><b>Задание #</b> Write an essay (120 words) comparing responsibilities of middle management and senior management. Discuss the span of control which is used for handling day-to-day operations. Use the Internet resources to find the examples to support your opinion.</p> <p><b>Задание #</b> Listen to the track. A customer calls the sales department to ask about the terms and conditions of delivery. Use the phrases for permission, necessity and prohibition. Consult some delivery companies' websites to find the necessary information.</p> <p><b>Задание #</b> Analyse and discuss these questions:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• In your view, what are the three main most frequent causes of difficulties in supply chains?</li> <li>• Do you think it is better to manage the sourcing of components and materials internally (in house) or through external suppliers? Is it the same for all types of products and materials?</li> <li>• Many customers use "just-in –time management", a system which has material and parts arriving just before they are needed. – why has it become so popular?</li> </ul> <p><b>Задание #</b> The development of a marketing plan usually begins with an audit. Can you explain what an audit is? Work in pairs, discuss your ideas. Imagine you were going to negotiate the terms on a PESTEL analyses of Frezna Motors. What questions would you ask in each of the sections of the PESTEL analyses? What internal and external sources of information would you use for research?</p>
--	--	--	--

		<p>предварительной подготовкой и спонтанно;</p> <p>- критически оценивать информацию, делать заключения; вести беседу на темы, близкие к изученным темам.</p>	<p><b>Задание #</b></p> <p>Imagine your organisation or an organisation you know well is carrying out the audit section of its marketing plan. Write a polite and direct email to the marketing team, giving them instructions for carrying out the PESTEL analyses.</p>
<p>Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)</p>	<p>3. Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>- основы взаимодействия между членами коллектива в команде;</p> <p>- приемы убеждения, аргументации, выражения точки зрения на иностранном языке;</p> <p>- основы риторики публичной речи.</p>	<p><b>Задание #</b></p> <p>Act a telephone talk between you and an HR Manager.</p> <p>You have been looking for a job for over a year. Last week you had a job interview, and yesterday the company called you to offer you the position. You went to the office, agreed to a salary, and signed a contract. Today another company called you and offered you a position with them. The position interests you more than the one you agreed to take. It offers more money and prestige. What will you do? Why?</p> <p><b>Phrases to use</b></p> <p><i>Student A (an applicant):</i></p> <p><i>Can I speak to</i></p> <p><i>To begin with</i></p> <p><i>It appears that</i></p> <p><i>On the one hand</i></p> <p><i>On the other hand</i></p> <p><i>Student B (HR manager):</i></p> <p><i>What can I do for you?</i></p> <p><i>Well, I suppose you can always</i></p> <p><i>Look here! There is nothing to worry about!</i></p> <p><i>I was glad to help you!</i></p> <p><b>Задание #</b></p> <p>Comment on the presentation given by your groupmates. Activate useful phrases that are demanded in the situations of commenting.</p> <p><b>Задание #</b></p>

		<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выразить позицию коллектива и собственную позицию на иностранном языке,</li> <li>- систематизировать и обобщить позицию команды;</li> <li>- анализировать и синтезировать материал, выступать публично с презентациями и докладами;</li> <li>- выбрать наиболее оптимальное решение из предложенных вариантов и аргументировать правильность выбора.</li> </ul>	<p>Give a presentation on the following topic using the format recommended in your textbook.</p> <p><b>Задание #</b> Roleplay the dialogue in your office with an angry customer who had his on-line access to your services blocked. Appologize for the inconvenience but do not accept responsibility.</p> <p><b>Задание #</b> Write a formal e-mail to your colleague confirming the issues you've agreed during the negotiations.</p> <p><b>Задание #</b> Cathryn Rees, a marketing executive, has been working on the PESTEL analyses of Frezna Motorrs. Complete the sections of her analysis: Political: Economic: Sociological: Technological: Environmental: Legal: Give a presentation on these sections.</p> <p><b>Задание #</b> Choose a brand and make notes for each of these points:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identify who the target audience is and what their wishes and desires are.</li> <li>- Select two unique benefits that make the brand distinctive and attractive to consumers.</li> <li>- Explain who the main competitors are and what advantages your chosen brand has over their brands.</li> </ul>
Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличност	4. Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- лексико-грамматические и стилистические ресурсы иностранного языка;</li> </ul>	<p><b>Задание #</b> Asking for information about terms of payment. An inexperienced exporter calls trade financial department to get more information about terms of payment used in your company. Listen to the conversation and answer the questions</p>

<p>ного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)</p>	<p>изучаемого иностранного языка.</p>	<p>- академическую лексику и основы написания статей, рефератов, обзоров литературы;</p> <p>- правила речевого этикета.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- анализировать и создавать устные и письменные тексты на иностранном языке с опорой на сферы общения, решаемую коммуникативную задачу;</p> <p>- предоставлять конструктивную и объективную обратную связь с учетом регистров общения.</p>	<p>below. Continue the conversation asking more questions.</p> <p><b>Задание #</b> What is the difference between cash payment, payment on invoice, documents against payment (D/P), payment by irrevocable letter of credit? Prepare the literature review on the issue.</p> <p><b>Задание #</b> Practice social language in the following situations:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Greeting a visitor at the reception desk</li> <li>• Making a small talk after the meeting</li> <li>• Saying goodbye at the end of the meeting</li> </ul> <p><b>Задание #</b> Complete the texts. Replace the Russian words and phrases by the English equivalents. Retell the text following the certain rules of academic style. Forms of Promotion: Public Relations <i>Это охватывает a wide range of деятельности, ranging from пресс релизов (about a new product) which может быть издан without cost, посредством спонсорства of artistic, sporting or образовательной деятельности. Целью является to keep the company's name in the public eye, by attaching the name to activities which кажутся социально востребованными, or are of particular interest to своего рыночного сегмента.</i></p> <p><b>Задание #</b> Give a summary of your job interview with a potential employer. If you have not started working imagine a career you would like to have and give a summary of that interview.</p>
---	---------------------------------------	--	--

Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)	5. Грамотно и эффективно пользуется иноязычными источниками информации.	<b>Знать:</b> - основные правила синтеза и анализа информации, правила использования различных технических средств с целью извлечения информации;	<b>Задание #</b> All the skills below can make a resume most successful. Put these powerful verbs into the chart to describe management skills, communication skills, helping skills, and financial skills. <div><i>analyzed, aided, administered, assigned, acted, summarized, eased, allocated, prescribed, attained, chaired, consented, appraised, audited, accommodated, balanced, coached, reported, explained, budgeted, advised, contracted, provided</i></div>																
			<table><tr><th>Management skills</th><th>Communication skills</th><th>Helping skills</th><th>Financial skills</th></tr><tr><td>analyzed</td><td>consented</td><td>eased</td><td>allocated</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	Management skills	Communication skills	Helping skills	Financial skills	analyzed	consented	eased	allocated								
		Management skills	Communication skills	Helping skills	Financial skills														
analyzed	consented	eased	allocated																
- типы источников информации и стилистические особенности текстов.  <b>уметь:</b> - извлекать информацию из различных иноязычных источников (аутентичных и адаптированных).	<b>Задание #</b> What do the following abbreviations stand for? SEC Ltd A=L+C P/L  EBITDA GAAP IFRS COGS  <b>Задание #</b> Search for the following keywords in the Internet to find further information about one of these items and report on your findings: <i>net worth, current assets, accrued liabilities, deferred income, deferred income taxes, admitted assets, treasury stock, commitments, contingent liabilities.</i>																		
Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения	6. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии	<b>Знать:</b> - теоретические основы организации и осуществления коммуникации;	<b>Задание #</b> Translate the following sentences using infinitive, gerund or participles: 1. Я знаю, что он опытный менеджер и специализируется в управленческом учете. 2. Никто не ожидал, что компания окажется не эффективной.																

<p>общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)</p>	<p>с коммуникативной задачей.</p>	<p>- структуру и особенности написания эссе, деловых писем, отчетов, презентационных материалов на основе проведенного поиска/исследования.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- критически оценивать информацию, делать заключения;</p>	<p>3. Кого в вашей компании считают лучшим в организации системы контроля?</p> <p><b>Задание #</b> Writing a report. One of your biggest customers recently started purchasing from a competitor instead of from your organization and your Managing Director has asked you to investigate the reasons for this. Write a report for the Managing director (200-250 words)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– explaining how you investigated the reasons</li> <li>– giving details of what you discovered</li> <li>– suggesting a way of dealing with the situation.</li> </ul> <p><b>Задание #</b> Write a magazine article about one of the famous interpreters or a specialist in management. Use the guide to help in organizing your article. Write 150-200 words.</p> <p><b>Title</b> .....</p> <p><b>Paragraph 1.</b> Who is this businessman and what is he/she best known for?</p> <p><b>Paragraph 2.</b> Biographical information: when and where born/ family life/ important points in life.</p> <p><b>Paragraph 3.</b> What was his/ her message? What were his/her influential thoughts/ findings etc.?</p> <p><b>Paragraph 4.</b> Why do you think this person is important?</p> <p><b>List of possible characters</b> – famous scientists: Adam Smith, John Maynard Keynes, Steve Jobs....</p> <p><b>Reporting the results of a survey</b> Read the results of this survey on businesses' role in protecting the environment and write a short summary of the results.</p> <p><b>Phrases to be used</b></p>
--	-----------------------------------	---	---

		<p>- производить письменные/устные речевые высказывания на иностранном языке.</p>	<p><i>Results of the survey indicate that while.....</i>  <i>The survey also revealed that ...</i>  <i>Only a small minority of the respondents ....considered this factor to be</i>  <i>Respondents attached some importance ...</i>  <i>Finally .... were in favour of the ... while ... opposed</i></p> <p><b>Задание #</b>  Discuss the peculiarities of verbal and written contracts in business. Do you think verbal and written contracts should differ in how binding they are? Why or why not? Do you think verbal and written contracts should differ in how flexible they are? Why or why not?  Express your opinion in a written form.</p>
<p>Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению при решении профессиональных задач (ПКП-1)</p>	<p>1.Демонстрирует знания терминологии, направлений, школ, современных тенденций менеджмента и позиции российской управленческой мысли</p>	<p><b>Знать:</b>  - профессиональную терминологию на иностранном языке,</p>	<p><b>Задание #</b>  Choose the correct professional terminology (a, b, c or d) to complete the sentences.</p> <p>Companies such as Apple, Amazon and Google were all <sup>1</sup> ..... of building businesses using technology and creating their own digital marketing <sup>2</sup> ..... Nowadays, the first stop for consumers tends to be the internet, so if your company does not have the right <sup>3</sup> ..... to target potential consumers, it is likely to fail.</p> <p>1  a motivators  b innovators  c disruptors  d analysts</p> <p>2  a platforms  b conversions  c clouds  d dumps</p> <p>3  a devices  b mining  c analysis  d tools</p>



	<p>- актуальные направления научных исследований в сфере менеджмента.</p>	<p><b>Задание #</b> Feedback statistics on use of artificial intelligence (AI) in business processes</p> <table><tr><td>Questions</td><td>Company A (service company)</td><td>Company B (online trader)</td><td>Company C (manufacturer)</td><td>Company D (retailer)</td><td>Company F (steel works)</td></tr><tr><td>Did you use AI?</td><td>95%</td><td>100%</td><td>45%</td><td>94%</td><td>35%</td></tr><tr><td>Was it a bad experience?</td><td>8%</td><td>5%</td><td>10%</td><td>30%</td><td>76%</td></tr></table> <p>Work in groups. Analyse the feedback statistics received while doing the survey in different companies and discuss what are possibilities of implementing AI in various business units. Which industries are the most vulnerable to damages of AI misuse? Which of them are likely to succeed in using AI?</p>	Questions	Company A (service company)	Company B (online trader)	Company C (manufacturer)	Company D (retailer)	Company F (steel works)	Did you use AI?	95%	100%	45%	94%	35%	Was it a bad experience?	8%	5%	10%	30%	76%
Questions	Company A (service company)	Company B (online trader)	Company C (manufacturer)	Company D (retailer)	Company F (steel works)															
Did you use AI?	95%	100%	45%	94%	35%															
Was it a bad experience?	8%	5%	10%	30%	76%															
	<p><b>Уметь:</b> - применять профессиональную терминологию в ходе профессиональной коммуникации на иностранном языке,</p> <p>- охарактеризовать отдельные направления научных исследований в сфере менеджмента.</p>	<p><b>Задание #</b> Plan and write a 200-word report for your client, the owner of supermarket chains, analysing the “<i>Feedback statistics on use of artificial intelligence (AI)</i>” and give recommendations for future implementation of AI in their local chains. Use the traditional structure for your report: Introduction, Findings, Recommendations.</p> <p><b>Задание #</b> Web-quest. Get acquainted with the definitions below and surf the Internet to find extra information about the scientists (“founding fathers”) of these</p>																		

			<p>management scientific fields or schools. Share your findings with the group.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• emotional intelligence: the ability to keep one's emotions under control and show understanding for others</li> <li>• competency: having reached a level of possessing enough skill or knowledge to do something to a satisfactory standard</li> <li>• motivation: eagerness and willingness to do something without needing to be told or forced to do it</li> </ul>
<p>Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению при решении профессиональных задач (ПКП-1)</p>	<p>2. Реализует способность адаптировать и обобщать результаты современных научных исследований для осуществления научной исследовательской работы в бакалавриате</p>	<p><b>Знать:</b> - актуальные направления исследований в области менеджмента, предпосылки и последствия их реализации.</p> <p><b>Уметь:</b> - выявлять взаимосвязи явлений в ходе управленческой деятельности;</p>	<p><b>Задание #</b> Treasure hunt. Work cooperatively in groups of two or three to a computer connected to the WWW. Use different browsers to search for a variety of websites and pages to make a list of sources for analysing economic situation, different ratios, indexes, etc. Develop the indicators to choose the most reliable sites. The winner is a group who can find and copied links to the most number of sites for 45 minutes.</p> <p><b>Задание #</b> Read the notes. Brazil is the tenth largest energy market in the world and the largest consumer of energy in South America. There are a number of companies providing electricity to Brazil's homes, businesses and public facilities. Many still rely on oil, but the field of renewable energy sources is growing and Brazil can be seen today as a positive example of what can be done in the sector. Companies are making use of solar, wind and hydroelectric power to produce energy, and vehicles are often run on ethanol made of sugar cane.</p> <p>Decide if the following sentences are true (T) or false (F).</p>

		<p>- критически оценивать причинно-следственные отношения в общении с подчиненными.</p>	<p>1.They are in the energy business and use renewable sources to supply electricity.  2 They need talented university graduates who speak several languages.  3 They have expectations about appraisals, promotions and pay rises.</p> <p><b>Задание #</b>  Analyse the management systems used in foreign companies through the access to their websites on the Internet. Compare them with Russian management systems and style of communication. Give advice how to cope with energy crisis that may take place all over the world.</p>
--	--	---	---

**Типовые контрольные задания и материалы**  
**Вопросы для подготовки к экзамену**  
**Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»**

1. What is management? Why is it called a unifying resource?
2. What kind of managerial information assists the internal users? How many functions do managers fulfill?
3. What types of decisions do usually managers make? How can managerial accounting information be used?
4. What management levels can be identified?
5. What is the time horizon? How does the time horizon for planning change from the top level to the supervisory level?
6. How does the organizing function at the middle management level differ from those of supervisory and senior levels?
7. What types of relationship exist in management? Whose task is it to develop horizontal relationships?
8. What level of management has a small span of control in performing their directing function? Why is it so?
9. What skills are particularly important at all management levels?
10. What is strategic management? What are the main functions of strategic management? Why does strategic management mean complete management of the business?
11. What processes are essential for strategic management? In what way can organizations attain sustainable competitive advantage?
12. How can the role of organization's Chief Executive Officer (CEO) and executive team be defined?

13. What are the ways the strategic management may use to help management teams gain success?
14. What is SWOT and in what way does it relate to crisis management?
15. How can the efficiency of corporate governance be achieved?
16. What new phenomena do policy makers and regulators face today?
17. What information do the external users need? What kind of accounting information is designed for them?
18. What is accounting? What information does financial statement contain?
19. What information does a balance sheet contain? How can a balance sheet help the firm to spot areas of financial weakness and strength?
20. What is the name of the accounting report that may show either a net profit or a net loss for an accounting period? How are expenses grouped?
21. What does a cash flow statement show? What are the three categories of activities the cash flow statement breaks down? What are the reasons for cash flow problems of a company?
22. Is cash flow statement and cash flow forecast the same thing? Why is it important to make a good cash flow forecast in management?
23. What are the major categories of financial ratios? Which of them use the information only from the balance sheet?
24. What kind of qualities does a good accountant need? Are they the same for a manager?
25. What does tax accounting deal with? How are different forms of business taxed? What is meant by saying: corporate profit is subject to double taxation?
26. What is a tax advantage? Give an example.
27. What is the difference between tax avoidance and tax evasion?
28. What is the purpose of management accounting?
29. How many steps are identified in management accounting? What is the role of budgeting?
30. What is performance measurement and decision making aimed at?

**Примерные темы для мини-эссе (в рамках экзаменационных работ):**

1. Training and knowledge enable you to pursue a career in the world of management
  1. Management theories provide the ability to analyze the complexity of organizations and their environments
  2. Learning and Development in workforce is critical for the organization
  3. To enhance usefulness and eliminate limitations needs an alternative type of organization
  4. Modern organizations face learning and development challenges in today's changing environment
  5. Strategic management affects the entire organization
  6. People are encouraged to see the "whole picture" together
  7. Strategic management is an ongoing process
  8. Organizations should increasingly adopt the use of compliance controls.

9. Management accounting, cost accounting and controlling are one and the same thing.
10. Management accounting is able to help a company gain competitive advantage.
11. There is no difference between Financial and Managerial Accounting.
12. Internal fraud threatens the life of business.
13. To be meaningful, financial ratios must be viewed in comparison with the ratios of other entities with similar characteristics
14. Financial ratios are one of the best and simplest ways to set an objective performance standard
15. Classifying costs correctly and separating fixed from variable ones are necessary for valid analysis
16. Overhead analysis gives you an opportunity to affect your financial statements
17. Nowadays employers demand a combination of knowledge, skills and behaviour, the ability to perform a specific role
18. To impress a future employer, it's necessary to boost transferable skills, leadership qualities being on top of these
19. Academic qualifications are only a part of what is needed to gain a competitive edge on the labour market

**Типовые контрольные задания и материалы**  
**Примерные вопросы для подготовки к экзамену**  
**Профили «Маркетинг», «Управление продуктом»,**

1. Corporate identity and logos. Company's brand values. Strategic decisions.
2. Creating ads and working with an ad agency. Awareness of a product. Strategies to introduce a new product.
3. Methods of market research. Data collection methods. Market research for a new product.
4. Leadership style. Qualified staff. An innovative failure.
5. Marketing and advertising activities in a company / department. Staff responsibilities.
6. Planning a marketing strategy. Analyzing the typical customers and their needs.
7. Research of the market for new online services. Directing and controlling.
8. Marketing through trade fairs. Attending a trade fair and participating. Giveaways.
9. Job advertisements. Job description.
10. Marketing tools: creating websites.
11. Management functions: organizing the event (trade fairs). Methods to attract visitors.
12. Customer profiles. The customers and their needs. Typical customer.
13. Marketing strategy for expanding business. Launch of a new product.
14. SWOT analysis. Business environment and competition.
15. Avoiding risks. Responsibilities for implementing budgets.
16. Innovations. Dealing with a new product. Expanding the range of products.

17. Strategic planning. Opening new locations and branches.
18. The national company's brand values. Work related activities. Team work.
19. Advertising the company's vacancies. Job advertisements. Description of responsibilities. Making job descriptions.
20. Planning and organizing: A market research. Online market research.

**Типовые контрольные задания и материалы**  
**Примерные вопросы для подготовки к экзамену**  
**Профиль «Логистика»**

1. Crisis management.
2. Corporate governance.
3. Risk management. Risk Assessment. Risk mitigation process. Risk avoidance.
4. Compliance risk management. Compliance risks.
5. Operational risk management. Operational risks.
6. Logistics. What is logistics? Distribution. Difference between logistics and distribution.
7. Logistics elements. Transportation and delivery. Storage, packaging.
8. Transportation. Primary and secondary transportation. Cargo handling.
9. Supply chain management (SCM). SCM processes: customer service management, demand management, order fulfillment, returns management.
10. SCM elements. Push and pull strategies.
11. Transport logistics. Major components. Types of transport.
12. Warehouse management system. Storage activities. Information technologies applied in storage.
13. Warehouse management system.
14. Inventory management. Basic steps of inventory management. Inventory management system.
15. Material management.
16. Modern logistics systems.
17. Logistics and Supply Chain Management: differences and similarities.
18. SWOT analysis
19. Strategic planning. Implementation of strategic plans.
20. Strategic management. Organisation's mission, vision and objectives. Strategy formulation.

**Пример задания для зачета**  
**Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»**

Выполните задание, ответив на вопросы, затронутые в нем. Дайте развернутый вариант ответа на основе анализа текущей ситуации в сфере управления и выскажете собственное мнение по каждому из предложенных вопросов.

1. What is a span of control that every manager deal with? Why is it important from your point of view?
2. What are the approaches to delegating employees? Is it possible to avoid delegating? Why/Why not?
3. How do managers ensure that tasks are carried out and put to completion? What methods are used and what is the best to your mind?

### **Пример задания для зачета**

#### **Профили «Маркетинг», «Управление продуктом», «Логистика»**

Выполните задание, ответив на вопросы, затронутые в нем. Дайте развернутый вариант ответа на основе анализа текущей ситуации в сфере управления и выскажете собственное мнение по каждому из предложенных вопросов.

1. Say what the time horizon is? How does the time horizon for planning change from the top level to the supervisory level?
2. Name motivation theories you know and dwell briefly on each.
3. Define how the efficiency of corporate governance can be achieved.
4. Say if there is any difference in implications of Herzberg's work and Maslow's?

### **Пример экзаменационного билета**

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

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере»

Факультет ВШУ

Форма обучения очная

Семестр 6

Направления 38.03.02 Менеджмент

Профили «Финансовый менеджмент», «Управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»

#### **ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №**

1. Выполните экзаменационную письменную работу (30 баллов)
2. Прочитайте и переведите текст «.....». Сделайте краткое реферирование прочитанного материала. Ответьте на вопросы преподавателя по содержанию текста и затронутым в нем проблемам. (15 баллов)
3. Выполните устное задание, решив мини-кейс по теме «.....» (15 баллов)

Подготовила:

Доцент

ФИО

Утверждаю:

Заместитель руководителя

Департамента языковой подготовки

ФИО

«    » апреля 20\_\_г.

Утверждено на заседании Совета Департамента языковой подготовки

**Пример экзаменационных заданий**  
**Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»**

*Вопрос 1. Прочитайте и переведите текст «Motivation theories». Сделайте краткое реферирование материала текста. Ответьте на вопросы преподавателя по содержанию текста и затронутым в нем проблемам.*

Motivation is at the heart of your success. Because management is all about getting things done through others, the ability to get others to perform is critical. A crucial driver of organizational performance, motivation refers to the processes that determine how much effort will be expended to perform the job in order to meet organizational goals. A lack of motivation costs the company money – in terms of lost productivity and missed opportunities.

With downsizing and restructuring becoming commonplace in organizations, employee morale has become negatively impacted. This has made the motivation of the workforce even more important.

The old command-and-control methods of motivating are not suitable for today's environment of empowerment and teams. Providing one-size-fits-all rewards does not work with diverse workforce.

No single theory captures the complexity of motivation in its entirety. It's necessary for management to understand multiple theories, and then integrate them to get a more comprehensive understanding of how to better motivate employees.

David McClelland's Learned Needs Theory is referred to as the Acquired Needs Theory. According to the theory developed in the 1970s, needs are developed or learned over time. McClelland suggested that there are three needs – for achievement, power, and affiliation – that are important to the workforce. While all three are present in everyone, one need is dominant.

People who have a dominant need for achievement are proactively seeking ways to improve the way things are done, like challenges and excel in competitive environment. An employee who has a dominant need for achievement should be provided with challenging jobs with lots of feedback on his or her progress.

The need for power is the need to control others. Those with a dominant need for power like to be in charge and enjoy jobs with status. You should allow such employees to participate in decisions that impact them and give them some control over their jobs.

The need for affiliation is the need to have close relationships with others and to be liked by people. Individuals with the dominant need for affiliation generally do not desire to be the leader because they want to be one of the group. They should be assigned to teams because they are motivated when working with others. You might also let them train new employees or act as mentors because this addresses more of their need for this interaction that is dominant within them.



*Вопрос 2. Выполните устное задание, решив мини-кейс по теме «Evaluating the potential of a new idea». (15 баллов)*

**Background:** You are a deputy director in a division of an industrial chemicals firm. The company is in the business of manufacturing fibers and have had sales of \$1 billion. The objective is to identify three to five new lines of business with total revenues of \$300-500 million utilizing existing capacity in the fiber manufacturing facilities.

**Available Information:**

- A company is an established industrial products manufacturer, the fibers are specifically used in the fashion industry and for the manufacture of cigarette filters.
- The company has come up with a new fiber that has very good absorbency and wants to manufacture pet care pads for pets.
- The brand is pretty well-known, but not necessarily directly by the end customer.

Choose one of the lines and support your choice with risk analysis. Use knowledge of both financial and managerial accounting to make final decision. Dwell on corporate social responsibility that your company is following.

Your decision:  
(oral explanation)

### **Пример экзаменационных заданий**

#### **Профили «Маркетинг», «Управление продуктом»**

*Вопрос 1. Прочитайте и переведите текст «Finding sponsors for the event». Сделайте краткое реферирование материала текста. Ответьте на вопросы преподавателя по содержанию текста и затронутым в нем проблемам.*

#### **Finding sponsors for the event**

Financing an event can be a challenge. Many groups rely on corporate sponsors to provide services, money and products for their event. In return, the business or corporation receives advertising and exposure for their brand. There are some ways to find quality sponsors for the event.

Firstly, you should identify the individuals, businesses, and organizations that may benefit most from sponsoring your event. For example, if you are hosting a fashion show, you will want to contact clothing retailers, shoe retailers, hair and make-up experts and modeling coaches in the area that have an interest in the fashion industry. You will need to create and design an event that will be attractive to them so that they will want to be a part of it. They must see the event as being beneficial to them and their goals before they will commit to sponsorship.

Secondly, try to choose a venue that will give your sponsors maximum exposure. You will want to walk through potential sites and visualize where your sponsors will be able to place banners, signs and other promotions. They will want to put their brand and logo in places where they will be visible and receive the most

exposure. If there is not a lot of wall space, be creative. You could even project the sponsor's name and logo on the outside of the building. The more creative the advertisement, the more noticeable it will be.

Then you should offer different type of sponsorship levels and opportunities. Those sponsors who are at a higher level receive more exposure than those who donated less. Low-level sponsors may receive their logo on the program or website while high level sponsors may have a large banner displayed at the entrance.

If you have a website for your event, include a page that features your sponsors. For high-level sponsors you could include info about their company and a link to their website. You should also include information for those businesses or individuals who may be interested in becoming a sponsor.

Securing sponsors for any type of event can be a challenge. Be sure to properly thank all of your sponsors. This is especially important if you think that you may need them for future sponsorships.

*Вопрос 2. Выполните устное задание, решив мини-кейс по теме «Gazprom prestigious status»*

You are a participant of a scientific conference dedicated to the oil and gas industry. You need to represent Gazprom, a major player in Russia. Please emphasise the company's prestigious status.

Points to consider:

- Marketing budget, its importance for the company's image
- What can a company do to survive in difficult economic conditions? (market research, advertising spending, distribution, pricing)
- what impact does the fuel and energy market have on the country's economy?

Use the tips below

1. The company's contribution to Russia's GDP — 109 242 and 106 967 billion rubles in 2019-2020.
2. Investments in the fixed capital of Russia — 19 329 and 20 118 billion roubles in 2019-2020.
3. Gazprom entered the top 5 companies in the world ranking of the consulting company Boston Consulting Group (BCG) among oil and gas companies that provided their shareholders with the highest total income over the past three years. BCG evaluated the total shareholder return. The rating included 76 companies with a capitalisation of at least \$6 billion and a free float of at least 20%.
4. Gazprom owns 60% of Russian and 17% of world gas reserves.
5. Gazprom holds a monopoly position in the transportation of natural gas in the gaseous state. The company owns the Unified Gas Supply System (UGSS), which includes all the main gas pipelines of the country. The access of independent gas producers to Gazprom's gas transmission system is regulated by government agencies.

## **Пример экзаменационных заданий**

### **Профиль «Логистика»**

*Вопрос 1. Прочитайте и переведите текст «Recent trends in 3PL». Сделайте краткое реферирование материала текста. Ответьте на вопросы преподавателя по содержанию текста и затронутым в нем проблемам.*

#### **Recent trends in 3PL**

There's no doubt the third party logistics (3PL) landscape has altered significantly within the last decade. As mobile technologies and 'smart' working practices continue to develop, further growth, and potential benefits, are inevitable.

A greater consumer demand for 24/7 services and reduced costs means efficiency and accuracy are going to be a crucial points for successful 3PL providers. Businesses will remain focused on the goal to drive down their own operational and labor costs by outsourcing logistics to 3PL service providers. But success will also depend on their willingness to adopt new technologies.

The following are the most influential changes predicted within the next 7 years. There's a very good likelihood they will become common among most third party logistics companies.

##### **1. Extended Collaboration Between Shippers and 3PL Companies**

Third party logistics companies will rely heavily on technology to collaborate, connect, and interact with customers. Electronic data exchange services are going to be critical, not just for the performance and integrity of the info, but also to accommodate the speed of change.

Vendor managed inventory, where the supply chain vendor monitors the buyers inventory and makes periodic resupply decisions, are going to be commonplace and allow smaller 3PL services to operate via web-based portals and user-friendly access systems.

##### **2. Mobile Application Expansion**

Dependency on paper records in warehouses is becoming a continually diminishing memory. Everything will be focused around agility through mobility. As we're already seeing, mobile devices are becoming more commonplace and will eventually be used by all third party logistics firms.

##### **3. Dedicated Smart Technology from Third Party Logistics**

Third party logistics providers will see the advantages of investing in smarter IT and software systems which may deliver a quick and solid ROI. By decreasing inefficiencies, software like Transportation Management Systems (TMS), will drive down costs and save time. As voice recognition becomes more accurate, voice prompts and commands are going to be standard within the supply chain process, like stock inquiries or freight tracking.

*Вопрос 2. Выполните устное задание, решив мини-кейс по теме "How to chose the best supplier?"*

Discuss the advantages and risks of

- a) Single sourcing,
- b) Dual sourcing
- c) Multiple sourcing    key components and services for a minimum of three different types of products.

Points to consider.

1. what are the early warning signs that a supplier is in difficulties, e.g. late deliveries, attempts to change payment terms?
2. What are the risks for a company and its supply chain if a main supplier gets into financial difficulties?
3. What can companies do to detect as early as possible if a supplier is in trouble?

Edscha, a German manufacturer of sun roofs and other car parts, filed for insolvency early in 2009. It presented BMW with a crisis. The luxury carmaker was about to introduce a new model and Edscha supplied its roof. Today Edscha is still in business, because of the support offered by its leading clients, including BMW. However, BMW is still worried about disruptions to its supply chain and increased the number of staff in its risk-monitoring department with responsibility for components makers. They established a rating system for the company's primary suppliers. It is based on financial information, with cashflow more important in many cases than profitability. BMW looks at a variety of issues, including the ownership structure. It also maintains close contact with Audi and Mercedes, its main competitors, to swap information on suppliers.

**Пример теста промежуточного контроля**  
**Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Менеджмент в спорте»**

**FINAL TEST**  
**Variant A**

**PART 1. LISTENING**

**Task 1. Listen to the extract and fill in the gaps with a word or a word combination. You will hear the recording twice.**

My aim is ...1... some techniques which will help you to use your time more efficiently. Time is like money, people and equipment. It's a limited resource. What are the basic concepts of time management? Today we're going to look at three...2... . The first step is to analyse how you use your time now. The next step is to prioritise Take the tasks which genuinely require your attention and put them in order of priority - which are the most important, which are ...3... needs. Lastly, organise your time and your tasks. The right amount of pressure brings speed and high...4... , but on the other hand, too much pressure means things can go wrong. When possible, organise your work so as to have large blocks of time for top

priority tasks like problem analysis and...5.... Discover the time of day when you are at your best and assign the most difficult tasks to it.

**Task 2. You will hear a conversation between two managers, Neil and Satoshi. Listen to it attentively and decide whether the following statements are TRUE (T) or FALSE (F). You will hear the recording twice.**

1. The managers are having a meal.
2. They are talking about hardware for HR department.
3. Neil supposes the program being discussed is the best one for reselling on the market.
4. The software may save up to 40% if it is installed.
5. The program on the question has competitive advantage.

## **PART 2. USE OF ENGLISH**

**Task 1. Read the text below. Choose the correct word from A, B or C. For each question 1-5, mark one letter on your answer sheet.**

In a business or organization, management refers to the function that coordinates everybody's efforts ...1... goals using available resources effectively and efficiently. Management can refer to either the people who manage, or the function of managing.

Management includes leading or directing, staffing, organizing, planning and controlling a company to achieve a goal or reach a target.

The basic function of management in business is to get the employees ..2... together so that goals and objectives can be achieved.

For example, a manager who is in charge of building a bridge has ...3... the efforts of his or her team and ensure all members get the resources required to get the job done. The manager is held responsible if the goal is not met.

Management is said to have four basic functions:

Planning: selecting the tasks that need to be done to meet goals, outlining how these tasks are carried out, and when they should ...4... .

Organizing: this involves deciding who does what (in the tasks outlined in the planning stage). It is the creation of mechanisms to put a plan into action.

Influencing: motivating the team members, guiding their activities so that the goals are more likely to be achieved. Influencing is a vital component of effective leadership and improving productivity.

Controlling: involves ...5... performance by gathering and examining data, comparing how well employees and resources (such as machinery) are performing with what was planned, and determining what to about it if there are discrepancies.

Nowadays, hard (i.e. professional) skills are very important as well as soft skills that remain a critical measure of one's overall abilities, whether in the workplace or at university. Three of the most important soft skills are time management, work ethic and self-guidance.

	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>1</b>	to achieve	achieving	to be achieved
<b>2</b>	worked	for having worked	to work
<b>3</b>	to coordinating	being coordinated	to coordinate
<b>4</b>	do	be done	doing
<b>5</b>	to measure	measuring	measurement

**Task 2. Reread the above text and decide if the following statements are true (T) or false (F).**

1. Management can refer to the people who manage, but the function of managing belongs to the category of manual workers.
2. One of the major management functions is to achieve goals that a company has got.
3. Planning doesn't include the time horizons for the work to be done.
4. To put a plan into action is the creation of mechanisms in the frames of influencing function.
5. Both hard and soft skills are demanded in a contemporary business world.

**Task 3. Match the notions 1-10 with the definitions. There is one extra definition.**

<b>1</b>	authorize	<b>A</b>	to control and direct the public business of a country or a group of people, etc.
<b>2</b>	govern	<b>B</b>	to start using a plan or system
<b>3</b>	implement	<b>C</b>	very important
<b>4</b>	incentive	<b>D</b>	something that encourages a person to do something
<b>5</b>	supervise	<b>E</b>	to give official permission to do something
<b>6</b>	account	<b>F</b>	how well an activity or job is done
<b>7</b>	skill	<b>G</b>	a person employed by a company
<b>8</b>	perk	<b>H</b>	an ability to do an activity or job well
<b>9</b>	bankrupt	<b>I</b>	a record or statement of financial costs and receipts relating to a particular period
<b>10</b>	report	<b>J</b>	something that you get legally from your work in addition to your wages
		<b>K</b>	to be in financial difficulties
		<b>L</b>	a written or spoken description of a situation or event, giving people the information they need

**Task 4. Choose one letter (A, B or C) to complete the sentence.**

1. We suggest ... of company finance and legislation, but also approachable.  
A. to invite an accountant with a good knowledge

- B. inviting an accountant with a good knowledge
  - C. you to invite an auditor with a thorough knowledge
2. After the company was about ... last year, specialists advised him to give up his business.
- A. to go bankrupt
  - B going bankrupt
  - C to be bankrupted
3. He is known ... for the state of affairs in the company.
- A. being cautious and concerning
  - B. being caring and concerning
  - C. to be prudent and concerned
4. ... the price of the company's stock due to information asymmetry is fairly easy for CEOs.
- A. Raising
  - B. Reducing
  - C. Reduced
5. The summary of assets and liabilities needs ....
- A. reconsidering
  - B reconsidered
  - C being reconsidered
6. Under one of tax provisions the taxpayer is ... a dividend exemption up to \$50 for dividends.
- A. permitting to get
  - B allowed getting
  - C allowed to get
7. The CFO suggested ... to a more complicated system of recording the financial information.
- A. moving
  - B to move
  - C being moved
8. If you don't have good experience it is particularly hard .... for the best mutual fund.
- A to start working
  - B starting to work
  - C to be started work
9. They offer ... of internal control.

- A. hiring a specialist with a good knowledge
- B. inviting an expert with a deep knowledge
- C. to invite a consultant with a good knowledge

10. If I had all the necessary information, I would ... the risk.

- A. take
- B to take
- C taking

**Task 5. Make up a correct form from the words in capital letters on the right to complete the text.**

1	Since the .... of the internet, businesses have	CREATE
2	increasingly relied on the accessibility, speed and ease	COMMUNICATE
3	of .... that the digital world can provide. Every	FARM
4	industry, from .... to computer software, accesses the	ANTICIPATION
5	digital world to improve its working practices. If an	INNOVATE
6	organisation fails to ... the impact of technical	COMPETE
7	... taking place within its industry, it is likely to lose	ORGANISE
8	opportunities to ... . To promote their business,	SMALL
9	... now need to have exposure on a digital marketing	CONSUME
10	platform or create their own. ... businesses can join a	ENTREPRENEUR
	platform which allows ... to access their product and	
	leave reviews and feedback which then influence	
	potential new customers of an ...	

### PART 3. WRITING

Your company wants to set up some training courses for staff. As a Marketing manager you have been asked to write a report recommending the type of training people in your department need most.

Write the report, describing the training you most recommend.

Write about:

- The type of courses.
- Why these courses are necessary.
- Which staff should attend them.
- Any other points which you think are important.

Write 180-200 words on your answer sheet.

**Пример теста промежуточного контроля  
Профили «Маркетинг», «Управление продуктом»**

<b>THIRD YEAR</b>	<b>FINAL TEST</b>	<b>TERM VI</b>
-------------------	-------------------	----------------



**Part I. Listening**

**Task 1. Listen to the extract and fill in the gaps with the missing word combinations. You will hear the recording twice.**

So the subject of my talk today is how to make your website into an effective marketing 1)\_\_\_\_\_. Let me ask you: is your website something you just let the people in IT deal with? It shouldn't be. A home page is the face you show the world. If you don't have a clear, easy-to-navigate site, you might lose 2)\_\_\_\_\_ clients. A good site map and search function can make it much easier for visitors to the site to find the information they need. A good rule is that they shouldn't need to click more than three times to get to where they want to go. At the same time, a lengthy Flash 3)\_\_\_\_\_ is probably a waste of money. Surveys show that the majority of visitors simply skip these to get to the main site. The same goes for 4) \_\_\_\_\_ windows, which nearly all web users find very irritating. And remember to keep images small so that visitors don't have to wait ten minutes for the site to download. Your website should offer complete information on all the products and services you offer. As more and more people shop from home, visitors should be able to find out all they need to know about cost and 5)\_\_\_\_\_. A "look inside" option, which was made popular by Amazon, is worth including: this can be anything from product photographs from several angles or a detailed 6)\_\_\_\_\_ of the consulting services you offer. And finally, you need either a simple shopping interface or information on how visitors can 7) \_\_\_\_\_ your goods. Naturally, creating a website in a foreign language can pose an extra 8)\_\_\_\_\_. It's important to have a native speaker check all 9)\_\_\_\_\_. However, if you're dealing with many non-native speakers, it's also essential that the content isn't too difficult to understand. If most of your customers aren't native speakers, a style which is too complicated will 10) \_\_\_\_\_, not impress.

**Task 2. Listen to the extract and decide whether the following statements are TRUE (T) or FALSE (F). You will hear the recording twice.**

1. Tracy thinks that they should concentrate on traditional channels like print media.
2. Banner ads will encourage people to check out Germany.
3. TV ads are very expensive and will eat up the whole budget very quickly.
4. Tracy thinks that postcards will work out as well as they highlight different themes.
5. The trick is to come up with a good slogan.

**Part II. Use of English****Task 1.**

**Read the text and say whether the statements below are true (T) or false (F).**

Effective global campaigns must start like any other campaign, with sound creative materials and by understanding consumers. Those who make the case for centralized

global advertising often seem to be swimming against the tide. Strong central planning, with head office telling its subsidiaries how they should talk to their consumers, is an approach that has become unfashionable. Global advertising campaigns, the thinking goes, are creatively hamstrung by the need to be all things to all men. The resulting adverts are functional but forgettable, inoffensive but uninspiring, and a safe option for the risk-averse. And of course local offices are much happier creating their own ideas than implementing someone else's.

From the advertiser's point of view, the global approach is not completely without its merits. From a financial point of view, it is obviously cheaper to develop one set of creative material and then roll it out worldwide. A global approach is also faster, and simpler to implement. And as people travel the world more and more – physically or virtually – they are exposed to the same brand in different markets, and they should get the same advertising experience. If you want to build a global brand, a global campaign seems the most obvious way to do it.

Every ad starts with an insight (that is, a consumer need) and a proposition (that is, a way that the product meets this need). If the planners, market researchers and marketing strategists can find an insight and develop a proposition that is relevant to potential customers around the world, then a single creative concept should be able to convey this to all their potential customers around the world. In other words, effective global advertising starts, just like any effective advertising does, with understanding your consumers.

1. It is clear from the text that to make up an effective advertising campaign you need first of all understand your consumers.
2. There is not much difference between a global and a local campaigns.
3. Global advertising campaigns tend to be unforgettable and inspiring because they need to be all things to all men.
4. From a financial point of view a global approach is simpler and cheaper.
5. Every ad is a combination of an insight and proposition.

**Task 2. Read the text below. Fill in the gaps with an appropriate word from the list.**

As the first point of contact for new customers, a company website is one of, if not the most important ...1... to market. To be noticed in an increasingly ...2.. marketplace, e-businesses need to introduce a wide variety of ...3. to their websites to improve their customers' shopping experience. The development of a multichannel marketplace is having a big ...4.. on the retail market. Customers can balance their ...5. between the online and the offline world. They are becoming more demanding as they search for greater ...6. and value online. Retailers increasingly ...7.. next generation e-commerce functionality, they are able to market their products in more exciting ways. Now they don't suffer from limited ...8.. space as they can display their full range of products online. They can also use scarcity tactics: for example, they can put products into limited-edition categories or limited availability only,

	A	B	C	D
1	channel	way	path	direction
2	intense	competitive	demanding	confusing
3	traits	characteristics	features	choices
4	effects	effecting	stress	impact
5	buying	purchasing	acquiring	shopping
6	facility	ease	comfort	convenience
7	adopt	take	adapt	bring
8	store	shelf	platform	floor

**Task 3. Match a term in the left-hand column with its definition in the right hand column. There are two extra definitions, you do not need. Do not use any letter more than once.**

### 3.1

1.	consumption	A	the extent of a company's influence around the world
2.	incomes	B	small sheets of paper advertising something
3.	global reach	C	the act of buying and using products
4.	fliers	D	money people earn from their work
		E	meeting other people involved in the same type of work to share information and support each other
		F	something that causes an important change

### 3.2

1.	primetime	A	how much a brand is worth in terms of income, reputation, etc
2.	prospects	B	comments customers make to each other informally
3.	word of mouth	C	the time in the evening when the maximum number of people watch TV
4.	reciprocal	D	having benefits for two groups- customers and the company
		E	people who could become customers
		F	pay someone money because something is lost or damaged

### 3.3

1.	motivation	A	keeping customers and not losing them
2.	mindset	B	further business from satisfied customers
3.	missed opportunity	C	understand and deal with

<b>4.</b>	customer retention	<b>D</b>	enthusiasm for doing something
		<b>E</b>	a chance to do something that wasn't taken
		<b>F</b>	way of thinking

**Task 4. Choose the correct form. There is only one correct option.**

1. You surely realize the importance of regular check-ups to ensure healthy eyes, but unfortunately many people in Britain ....

- A don't
- B aren't
- C doesn't
- D isn't

2. Question marks, as you might guess, are products where no one is positive what ...

- A is going on
- B goes on
- C are going on
- D went on

3. I ... in Japan a few years ago and was shocked to see how many famous Hollywood stars ... everyday products like cars and bath soap.

- A was ... advertised
- B was ... were advertising
- C were ... had advertised
- D was...are advertising

4. Annette was very excited when she first .... Collin. He was extremely professional and ... with a number of luxury food sellers.

- A had met ... had worked
- B met ... worked
- C met ... had worked
- D was meeting ... was working

5. Claudia .... about Chris and how much he likes Vandi Vision because he ... her an email.

- A found out ... had written
- B found out ... wrote
- C had found out... had written
- D had found out ... wrote

6. You ... all them: the press releases that would put any reader to sleep.

- A saw
- B have seen

- C see  
D are seeing

7. Remember, once you .... brand loyalty in your customers, you can't betray them and change the story of your brand.

- A inspires  
B inspired  
C have inspired  
D inspire

8. When Apple ... its next new idea, millions of people ... attention, ready to fall in love again.

- A introduces ... will be paying  
B will introduce... will pay  
C will introduce ... will be paying  
D introduce... pay

9. Although it .... that the self-service nature of the web would make customer service and the costs associated with it obsolete, the opposite ..... true.

- A was assumed ... has proven  
B were assumed ... was proven  
C assumed... proved  
D is assumed ... proved

10. Product placement in online videos ... around for a while and is a good way of raising brand awareness.

- A is  
B was  
C has been  
D have been

### **Part III. Writing. Essay**

Comment on the statement your teacher provides:

What is your opinion?

Write approximately 200 words.

Use the following plan:

- make an introduction (state the problem)
- express your personal opinion and give 2-3 reasons for your opinion
- express an opposing opinion and give 1-2 reasons for this opposing opinion
- explain why you don't agree with the opposing opinion
- make a conclusion restating your position

### **Essay Topic**

*Creating a sense of scarcity is a useful tactic to get more customers to buy more.*

**Пример теста промежуточного контроля**  
**Профиль «Логистика»**

THIRD YEAR	FINAL TEST	TERM VI
	Variant A	

**Part I. Listening**

**Task 1. Listen to the extract and fill in the gaps with the missing word combinations. You will hear the recording twice.**

Today I'm going to tell you something about CRP. I'll also explain how it can be used to lower 1) \_\_\_\_\_ and to shorten product lead times. Let me start by explaining what CRP means. It is a system which is activated by consumer demand and which coordinates information and goods in the logic 2) \_\_\_\_\_. CRP is a sales-based ordering system which works like this: first of all, you decide what products you want to order at what 3) \_\_\_\_\_ level. The system will use this information at the point of sale in the stores. Then the order is processed at the 4) \_\_\_\_\_. And finally the goods are delivered to the store. To illustrate how this works in practice, I'll give you an example. The leading Russian clothes retailer Young Fashion 5) \_\_\_\_\_ such system three years ago. With the new system, all orders are 6) \_\_\_\_\_ by computers, which process data received from cash registers. The computer program, is called Retail Ordering Assistant. The orders are sent to the warehouse by electronic data interchange, where they are 7) \_\_\_\_\_. And finally the goods are timely delivered to the different 8) \_\_\_\_\_. Since the 9) \_\_\_\_\_ of the CRP system, Young Fashion have managed to cut costs by 15 % and have reduced lead time to only 18 hours. Moreover, 10) \_\_\_\_\_ in order processing have been reduced considerably by using scanning technology and EDI.

**Task 2. Listen to the extract and decide whether the following statements are TRUE (T) or FALSE (F). You will hear the recording twice.**

**Shipping**

1. There are only two shipping options available.
2. Waterways is not the most flexible way of shipping because there are barges to Shanghai twice a week only.
3. Shipping by rail is the fastest because you can use an express train.
4. The cost of the rail shipping varies depending on what train you chose.
5. The speakers decided to choose shipping by rail because it is the fastest.

**Part II. Use of English**

**Task 1.**

While transport equipment is now highly sophisticated, the delivery of fresh fruit and vegetables also relies on extremely complex logistics systems which are designed to cut every last hour out of the "cool chain". Nowadays refer technology can control everything from temperature and humidity to ventilation and gas levels.

Microprocessors in reefers detect temperature or other problems and fix them during the voyage, sending alerts to the vessel's bridge or to a website through which shippers can make adjustments remotely. These new technologies are increasingly important, as the demand for organic food grows. To satisfy demand, retailers are looking beyond national borders – and organic food is more time sensitive than conventional produce. Speed is crucial for perishable produce. In the past five years, UK retailers have dramatically reduced the time it takes to get fresh produce on the supermarket shelf. Today, an order placed by a retail chain might be sent that evening to the suppliers, who start the picking and packing the following morning and send the produce to the distribution center that evening, allowing the goods to appear on the shelves the following morning. That is a very condensed supply chain. The use of aviation has also speeded up the perishables supply chain and brought new items to the supermarkets, particularly high-value produce such as soft fruit from the US, South Africa. Many of these and other airfreighted fruit and vegetables are processed at the British Airways World Cargo Perishables Handling Center at Heathrow Airport. It is a chilled facility of almost 70 000 square feet that processes more than 90 000 tones of perishable cargo each year. At the center, bulk shipments are broken into individual orders and sorted by product type or according to the regional distribution center for which they are destined. Machines at the center print branded labels for each retailer, including the weight, sell-by date and price, allowing supermarkets to change their prices at the last minute.

1. It is clear from the text that transport equipment is very simple nowadays.
2. Refer technology helps customers get fresh fruit and vegetables every day on the shelves of supermarket.
3. A condensed supply chain means that the goods are transported through its links very quickly.
4. The use of aviation simplified the delivery of goods with a short shelf life.
5. Only bulk shipments are processed at Heathrow Airport.

**Task 2. Read the text below. Fill in the gaps with an appropriate word from the list.**

Zara's manufacturing systems are similar in many ways to those developed so successfully by its 1... Benetton, but improved using ideas developed together with car manufacturer Toyota. Only those business activities that 2... cost efficiency through economies of scale are carried out ...3 . All other manufacturing activities, including labour ...4.. finishing, are done by small sub-contractors, each specializing in one particular part of the production process or garment type. These sub-contractors work exclusively for Zara's ..5.., Inditex SA. In return, they receive any technological, financial and logistical support necessary to meet Zara's strict ..6...s for time and quality. Zara keeps ...7 costs to a minimum because they only pay for the complete garments. Finished goods are sent to the company's two .. 8.. centers in La Coruna and Zaragoza, where they are labelled, price-tagged and packed.

	A	B	C	D
1	supplier	competitor	distributor	enemy
2	improve	better	promote	energize
3	inside the house	out-house	in-house	inside
4	required	full	extensive	intensive
5	parent	daughter	brother	father
6	aims	targets	demands	claims
7	inventory	stock	warehouse	share
8	supply	warehouse	distribution	contractors

**Task 3. Match a term in the left-hand column with its definition in the right hand column. There are two extra definitions, you do not need. Do not use any letter more than once.**

### 3.1

1.	sell-outs	A	not easy to find or obtain
2.	must- have products	B	when products have sold so well that there are none left
3.	withhold	C	information given in advance about when something is happening
4.	run out (of)	D	use up all of something
		E	products that everybody wants
		F	deliberately keep something back

### 3.2

1.	quick response logistics	A	financial advantage gained from producing in large quantities and therefore selling more cheaply
2.	economies of scale	B	transport goods by air
3.	contractors	C	organisations working under contract to produce goods
4.	air freight	D	a strategy for reducing order lead times, increasing frequency of delivery and reducing average order size.
		E	process of sharing stock, e.g. among a group of stores
		F	when something desirable is limited in availability

### 3.3

1.	PDA	A	an advance warning that something is going to happen
2.	expiry date	B	controlled precisely, through the use of computer technology



3.	alert	C	the date on which something can no longer be used or is no longer safe to eat
4.	pallets	D	short for personal digital assistant, a very small computer for storing information, often with a touch screen
		E	flat wooden or metal surfaces for moving or storing heavy goods
		F	particular uses that something has

**Task 4. Choose the correct form. There is only one correct option.**

1. Soaring energy prices ..... P&G, the world's biggest consumer goods company, to rethink how it ..... products and to consider shifting manufacturing sites closer to consumers to cut its transport bill.

A is forcing .... are distributing

B are forcing ... distributes

C forces ... distribute

D forces ... is distributing

2. We .... a new era where different supply-chain strategies ... to produce high performance.

A have entered ... are needed

B enter... is needed

C is entering ...needs

D entered ... needed

3. Every year at Christmas much advertised products ... from the shelves long before most people ... their Christmas shopping, leaving consumers disappointed and frustrated.

A disappear ... have done

B disappears ... done

C will disappear ...did

D disappears ... has done

4. About 20 per cent of its merchandise – items with the widest and longest-lasting appeal - ... as finished goods from low-cost manufacturing countries, the rest ... by quick response.

A are imported ... are produced

B is imported ...is produced

C imported ...produced

D import ... produce

5. RFID, radio frequency identification, is a technology that ... radio waves to automatically identify objects, ... now well and ready to replace conventional bar codes.

- A is used ... is working  
B uses ... is working  
C use ... woks  
D uses ... works

6. It is difficult to calculate, but we ... this basis for several years, and it ... into account both the financial and environmental implications of global sourcing.

- A used ...take  
B uses ... takes  
C use ...took  
D have used... takes

7.Using ships ... generally as the most carbon-efficient means of freight transportation.

- A is seen  
B are seen  
C see  
D saw

8. While eco-campaigners ... drivers of large vehicles for some years, the spotlight ... towards companies and their technology.

- A have been criticizing ... is turning  
B were criticizing... turned  
C were criticized ...turn  
D criticize ... was turning

9. Speed is crucial for perishable produce, particularly given the growing popularity of “fresh-cut” produce – pieces of fruit, vegetables and salad that ... and ready to eat, but which ... a far shorter shelf life than whole produce.

- A are washed, peeled, trimmed ... have  
B washed, peeled, trimmed ... has  
C is washed, peeled, trimmed ... is having  
D wash, peel, trim ...has

10. Primark, the clothing retailer, last month announced it ... three suppliers in India after it was discovered they ... work to home workers who used child labour.

- A had fired ... had subcontracted  
B fired ... subcontracted  
C were firing ... were subcontracting  
D had fired ... subcontracted

### **Part III. Writing. Essay**

Comment on the statement your teacher provides:  
What is your opinion?

Write approximately 200 words.

Use the following plan:

- make an introduction (state the problem)
- express your personal opinion and give 2-3 reasons for your opinion
- express an opposing opinion and give 1-2 reasons for this opposing opinion
- explain why you don't agree with the opposing opinion
- make a conclusion restating your position

### **Essay Topic**

*In the current economic climate, do you think the trend for shifting production to countries with lower costs in Eastern Europe, Asia and Latin America will grow or decline?*

**Пример письменного задания для теста промежуточного контроля  
Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление  
бизнесом», «Менеджмент в спорте»**

### **MANAGEMENT TERM V FINAL TEST**

#### **WRITING**

You are an HR manager of a big manufacturing company. Write a report (180-200 words) on allocating a €100.000 budget from a parent company for training programs to improve hard and soft skills of your employees in branches A, B, C.

Use the following plan:

- Introduction
- Findings
- Conclusion
- Recommendations

**Пример письменного задания для теста промежуточного контроля  
Профили «Маркетинг», «Управление продуктом»**

You work in a marketing department of a big company. Your boss asked you to conduct a survey about the popularity of your 4 major products – shampoo, shower gel, lip balm, soap- and write a report

**Your report should :**

- give the sales data
- provide the reasons for popularity
- explain the need of the increase in sales of the certain product

Write your answer in 150-200 words in an appropriate style

**Пример письменного задания для теста промежуточного контроля  
Профиль «Логистика»**

. You work in a logistics department of a big company. Your boss asked you to conduct a survey about the popularity of your 4 major logistic routes and write a report

**Your report should :**

- give the data
- provide the reasons for popularity
- explain the need of the increase in the usage of a certain route

Write your answer in 150-200 words in an appropriate style

.

**Пример письменного задания для теста промежуточного контроля  
(экзаменационной письменной работы для всех форм обучения)**

### **MANAGEMENT FINAL TEST**

#### **Writing**

Write an opinion essay on the provided topic (200 words). You have 40 minutes to do this task.

Use the following plan:

- make an introduction (state the problem)
- express your personal opinion and give 2-3 reasons for your opinion
- express an opposing opinion and give 1-2 reasons for this opposing opinion
- explain why you don't agree with the opposing opinion
- make a conclusion restating your position

#### **Примерные темы для написания отчетов**

*Jungles* is a children's indoor activity center in London. In your role as Manager of the centre, you produce a regular quarterly report on sales for the key members of staff. In your report you comment on:

- the monthly sales;
- comparison with the previous years;
- the quarter's profit.

Look at the figures below and write your report. Write 150-200 words.

	Sales (\$)			Quarter's profit (\$)
	January	February	March	
This year	75,432	52,814	74,958	24,675
Last year	70,161	68,004	71,384	25,340

**Примерные темы мини-эссе  
(как части экзаменационной письменной работы  
для всех профилей подготовки)**

**Topics for essay writing**

1. Almost all employees are motivated by paying more money for their work done.
2. If you have a brilliant idea, you'll be able to set up and manage a profitable company.
3. Management is viewed as the art of getting things done through the efforts of other people.
4. The unique access to information places the manager at the center of organizational decision making.
5. The only disadvantage of reorganization is redundancy of employees.
- 6 The responsibility of the Marketing Department is to make sure that the company has a customer focus in everything that it does.
- 7 Raising brand awareness helps to increase the market share.
- 8 Improving the product offering helps the company to convert customers of competing brands.
- 9 Product shortages aren't a serious risk for companies.
- 10 The principles of quick response logistics are applicable to other sectors and industries.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента языковой подготовки.

**8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы,  
необходимой для освоения дисциплины**  
**Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление  
бизнесом», «Менеджмент в спорте», «Маркетинг», «Управление  
продуктом», «Логистика»**

**Основная литература**

1. Английский язык в профессиональной сфере. Менеджмент: учебное пособие для напр. бакалавриата "Менеджмент" / М.А. Белогаш [и др.]; Финуниверситет; под ред. Г.А. Дубининой. - Москва: Кнорус, 2018, 2021. - 278 с. - Бакалавриат. - Текст : непосредственный. - То же. - 2021. - ЭБС BOOK. - URL: <https://book.ru/book/936544> (дата обращения: 28.11.2022). — Текст : электронный.
2. Белогаш М.А. Economics. Finance. Management. Английский язык в сфере экономики, финансов и менеджмента: учебник для студентов, обучающихся по направлениям "Экономика и "Менеджмент" / М.А. Белогаш, М.В. Мельничук; Финуниверситет ; под ред. М.В. Мельничук - Москва: Кнорус, 2017, 2021. - 231 с. - Бакалавриат. - Текст : непосредственный - То же. - 2021. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/936549> (дата обращения: 28.11.2022). — Текст : электронный.
3. Мельничук М.В. Английский язык. Спортивный менеджмент = English for Students Majoring in Sports Management : учебник / Д.Г. Васьбиева,

О.А. Калугина, ; под общ. ред. М.В. Мельничук. — Москва : КноРус, 2023. — 183 с. — ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/946257> (дата обращения: 28.11.2022). — Текст : электронный.

#### Дополнительная литература

4. Благодетелева, Н.К. Сборник заданий для студентов 3 курса бакалавриата по направлению подготовки: 38.03.02. «Менеджмент» - профиль: Логистика. Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере». Очная форма обучения. — Москва : Финансовый университет, 2020. — 50 с. — org.fa.ru [сайт]. — URL : [szz\\_inyazvps\\_20.pdf](#) (дата публикации : 23.06.2020). — Текст : электронный. - Режим доступа: Дисциплина : Иностранный язык в профессиональной сфере. — Сборники заданий и задач. — Только для зарег.пользователей.
5. Климинская, С.Л. Английский язык в профессиональной сфере: Менеджмент: по дисциплине Иностранный язык в профессиональной сфере для студентов бакалавриата направления 38.03.002 Менеджмент: Учебное пособие. — Москва : Финансовый университет, 2022. — 81 с. — org.fa.ru [сайт]. - URL: [iyvdp\\_up\\_men.pdf](#) (дата публикации : 23.05.2022). — Текст : электронный. — Режим доступа: Дисциплина : Иностранный язык в профессиональной сфере. — Учебные материалы. — Только для зарег.пользователей.
6. Business Partner. B2 : Coursebook / I. Dubicka, M. Rosenberg, B. Dignen [et.al] .— Harlow : Pearson Education Limited, 2018 .— 160 p. - Текст : непосредственный.
7. MacKenzie I. Professional English in Use. Finance / I. MacKenzie. - Cambridge: Cambridge University Press, 2008, 2009, 2011, 2013. - 140 p. — Текст : непосредственный.
8. McKeown A. Professional English in Use: Management / A. McKeown, R. Wright. - Cambridge: Cambridge University Press, 2011. - 120 p. — Текст : непосредственный.
9. Robinson N. Cambridge English for Marketing: Student's Book / N. Robinson; University of Cambridge ; series editor J. Da. - Cambridge: Cambridge University Press, 2010. - 120 p. + 1 CD. — Текст : непосредственный.
10. Rogers J. Market Leader. Pre-Intermediate Business English Practice File / J. Rogers. - Harlow: Pearson Education Limited, 2007, 2008, 2011, 2012. - 96 p. — Текст : непосредственный.
11. Rogers J. Market Leader. Intermediate. Business English Practice File / J. Rogers. - Harlow: Pearson Education Limited, 2010. - 96 p. — Текст : непосредственный.
12. Pilbeam, A. Market Leader. Logistics Management. Business English / A. Pilbeam, N. O'Driscoll .— England : Pearson Education Limited : Longman, 2010 .— 96 p. — Текст : непосредственный.

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

1. Англо-русский деловой словарь он-лайн <https://en-rus-bussiness-dict.slovaronline.com/>
2. Официальный сайт издательства «Financial Times» [www.ft.com](http://www.ft.com)
3. Официальный сайт издательства BBC для изучающих английский язык <http://www.bbc.co.uk/learningenglish>
4. Сайт для развития грамматических навыков на английском языке <https://www.englishgrammar.org>
5. Сайт для самостоятельного изучения английского языка <http://www.memrise.com>
6. Сайт со статьями для изучающих деловой и финансовый английский <https://www.investopedia.com/>
7. Новости маркетинга <https://www.marketingweek.com/marketing-news/>
8. Сайт с руководством по организации логистического менеджмента <https://bestlogisticsguide.com/basics/what-is-logistics/>
9. Сайт для работы с презентациями и программным обеспечением по их созданию <http://www.prezi.com>
10. 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.znaniy.com>
  - Образовательная платформа издательства «ЮРАЙТ» <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>
  - Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
  - Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
  - Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
  - Henry Stewart Talks: Библиотека Онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу <https://hstalks.com/business/>
  - Scopus <https://www.scopus.com>
  - Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>
  - Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины для всех форм подготовки**

Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» – это комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих студенту бакалавриата оптимальным образом организовать процесс подготовки к зачету или экзамену, обеспечить навигацию обучающихся в процессе изучения дисциплины. Рекомендации ориентированы на обеспечение эффективности учебного процесса по изучению дисциплины и подготовку студента к коммуникации в общекультурном, общезыковом и профессиональном поле деятельности.

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.

### **Решение кейсов и мини-кейсов**

Кейсы базируются на принятии решений с анализом параметров конкретных ситуаций, взятых из практической деятельности. Существует 2 вида кейсов:

1) мини-кейсы (описывают проблему в краткой форме и могут применяться в качестве «интеллектуальной разминки» для студентов финансово-экономических направлений подготовки; как правило, в мини-кейсах нет дополнительной информации о компании);

2) мастер-кейсы (подробные кейсы, содержащие дополнительную /подробную информацию; используются в командных соревнованиях по кейсам в бизнес-школах и в ВУЗах).

Решение кейса начинается с формирования рабочих подгрупп (команд). Распределение тем для обсуждения производится преподавателем с учетом пожеланий каждой подгруппы. Если тема для всех подгрупп одинаковая, то преподаватель озвучивает ее членам учебной группы и объявляет срок представления итогового решения/результата коллективной работы по поиску выхода из проблемной ситуации. На этапе знакомства с проблемой выясняются цели и вид итогового решения кейса (отчет о работе в форме презентации, письменного анализа кейса и т.п.). Каждая группа обсуждает и анализирует ситуацию, после чего вырабатывает свою точку зрения на проблему, генерирует различные идеи по поводу решения данной проблемы и затем оформляет решение в виде презентации/письменного отчета.

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 (Summary) – 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 и 2 минуты, чтобы ответить на вопросы.

Предлагается работа по следующему алгоритму:

1. предварительное ознакомление с содержанием кейса для формирования общего представления о проблеме;

2. знакомство с вопросами к кейсу;

3. знакомство с текстом кейса и всеми фактами или проблемами, имеющими отношение к поставленным вопросам;

4. определение причины проблемы или проблем, рассматриваемых в кейсе.

Когда решение проблемы в рамках кейса найдено, готовится презентация, пресс-конференция или письменный отчет.

Рекомендуется следующая структура презентации:

- ситуационный анализ - 30% времени:

- SWOT и/или STEP-анализ;

- анализ проблемы;

- анализ ошибок.

- практические рекомендации - 60% времени:

- стратегия и тактика;

- неотложные меры и мероприятия в долгосрочной перспективе.

- резюме руководителя, обратная связь - 10% времени.

Решение и представление той или иной бизнес-ситуации (проблемы) может проходить и в индивидуальном формате, то есть как представление решения мини-кейса.

## **Подготовка презентации и доклад по теме**

Устная презентация по теме дисциплины представляет собой публичное выступление на иностранном языке, ориентированное на ознакомление аудитории слушателей с определенной темой.

Презентация представляет собой один из эффективных способов обмена информацией, в котором сочетается текстовая и визуальная подача информации после ее поиска, ранжирования по важности и достоверности, и анализа. Визуализация информации включает в себя описание таблиц и графиков, представление статистических данных и т.п.

### Компоненты презентации:

- Титульная часть (название, заставка).
- Открывающая часть (аннотация, делающая аудиторию восприимчивой).
- Введение (предвосхищает основные мотивы презентации и связывает их с основной частью).
- 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 (подводит черту сказанному в кратких утверждениях).

### Способ изложения материала:

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

### Основное содержание и структура презентации:

- формулировка темы, цели и плана выступления;
- определение продолжительности представления материала;
- учет особенностей аудитории, адресной подачи материала;
- интерактивные действия выступающего, например, включение в обсуждение слушателей;
- соблюдение зрительного контакта с аудиторией; жесты, мимика выступающего;
- наличие иллюстраций (не перегружающих изображаемую на экране информацию), ключевых слов;
- нужный подбор цветовой гаммы.
- использование наглядных и технических средств.

#### Рекомендации по проведению презентации:

- не читать подготовленную информацию;
- предусмотреть проблемные, сложные для понимания фрагменты выступления и прокомментировать их;
- предвидеть возможные вопросы, которые могут быть заданы по ходу и в результате демонстрации презентации.

#### Общие рекомендации по включению в текстовую часть презентации визуальной информации:

1. Каждый слайд должен нести функциональную нагрузку (для чего он нужен, какую значимую информацию он несет). На слайд выносится та информация, которая без зрительной опоры воспринимается хуже.

2. Слайды должны дополнять или обобщать содержание выступления или его частей, а не дублировать его (т.е. текст или изображения, выносимые на слайд, должны не буквально повторять содержание какой-либо части выступления, а обобщать, структурировать или иллюстрировать ее).

3. Аудитория должна четко представлять, к какой именно части выступления относится слайд, поэтому каждый слайд должен иметь заголовок. Заголовок должен отражать основное содержание слайда, а не структурную часть презентации и состоять из 3-5 слов, составляющих не законченное предложение, а фразу.

4. Информация на слайдах должна быть изложена кратко и четко, ее следует грамотно структурировать.

5. Не рекомендуется перегружать слайд информацией, поэтому сложные схемы и списки целесообразнее разбить на несколько слайдов, при этом на втором слайде необходимо повторить заголовок первого с пометкой “продолжение” или пронумеровать эти два слайда.

6. Текст, включающий перечисления (bullet points) должен состоять из однородных грамматических структур, например, глаголов или существительных.

#### Текстовые слайды

Текстовые слайды содержат текст, как правило, в виде списков. При составлении слайдов рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. На слайдах следует использовать не полные предложения, а словосочетания.

2. Оптимальное количество строк на слайде – не более 7 строк, включая заголовок.

3. Количество слов в строке не должно превышать 7 слов.

4. Допускается вынесение на слайды полных предложений, если это цитаты или определения, без которых нельзя обойтись для полного раскрытия научной темы. Цитаты и определения не должны быть слишком длинными и слишком сложно сформулированными. Оптимально, чтобы таких слайдов

было не больше 1 в течение 5-7 –минутной презентации, и 2-х – в течение 12-15-минутной.

### Слайды с изображением графических данных

На слайдах не рекомендуется использовать сложные таблицы с множеством колонок и строк. Количество колонок и строк в таблице не должно превышать 4, величина пробелов между колонками должна быть примерно равна величине колонок, чтобы текст зрительно не сливался. К наиболее часто используемым типам схем относятся гистограммы, круговые диаграммы, точечные диаграммы (диаграммы рассеивания) и кривые. Для привлечения и удержания внимания аудитории необходимо научиться целесообразно применять комбинацию разных типов слайдов, если материал это позволяет.

Каждый из перечисленных выше разновидностей слайдов целесообразно применять в определенных случаях:

1. Текстовые слайды используются для отражения классификаций и списков. Их удобно использовать, если на слайды нужно вынести содержание презентации, цели исследования, использованные методы, возможные результаты, выводы и т.д.
2. При отображении процентных соотношений лучше использовать круговые диаграммы.
3. Гистограммы хорошо иллюстрируют сравнения, изменения во времени или частоту.
4. Диаграммы рассеивания (точечные диаграммы) подходят для демонстрации соотношения и сопоставления данных.
5. Кривые, а также графики хорошо иллюстрируют изменения во времени.

### Общие практические рекомендации по демонстрации слайдов

1. Слайды должны упрощать и облегчать понимание информации, а не дублировать ее.
2. Презентацию не следует начинать с показа слайдов, поскольку внимание аудитории должно быть сконцентрировано на докладчике; каждый слайд нужно представлять своевременно, комментируя его место в презентации, и своевременно менять на следующий.
3. Аудитории нужно дать время на осмысление информации слайда.
4. Объяснение содержания слайдов должно быть четким и понятным.
5. При демонстрации слайда целесообразно соблюдать следующую последовательность действий: назвать слайд, отметить место содержания слайда в структуре презентации (введение, основная часть, заключение), дать слушателям время осмыслить информацию, и только затем начать комментировать слайд.

6. Не рекомендуется считывать информацию со слайда. Слайд должен содержать не больше 24 слов, представленных словами или словосочетаниями в виде списка, схемы или графика.

### Особенности использования слайдов на презентации

1. Слайды, в среднем, можно показывать с интервалом в 1 – 2 минуты.
2. “Необычные”, забавные слайды могут “разбудить” аудиторию, но снижают уровень усвоения материала.

### Комментирование слайдов

1. При переходе от текста к слайдам нужно упомянуть тему слайда, затем показать слайд, дать аудитории время на осмысление заголовка, а затем прокомментировать его.

2. Диаграммы и графики необходимо подробно комментировать, например, “На этом графике показано изменение А и В за период с ... по.... Желтая линия показывает изменение А, а зеленая – изменение В” и т.д.

### Структура презентации и «полезные» фразы

<b>Greeting, Name, Position</b>	Ladies and gentlemen. It's an honour to have the opportunity to address such a distinguished audience. My name is... Good morning. Let me start by saying just a few words about my own background. I started out in ...
<b>Signposting phrases Title/Subject</b>	The topic I'd like to talk (to you) today about ... In my presentation I'd like to review ... I'm going to present the recent ... explain ... brief you on ... inform you about ... describe ... The subject of my presentation is ... My presentation is entitled ... I'd like to give you an update on ...
<b>Reference to the audience</b>	I can see many of you are aware of ... You all look as though you've heard this before.
<b>Duration</b>	My presentation will last for about five minutes. I know that time is short, so I intend to be brief. I'll talk for about three minutes.
<b>Main points</b>	I've divided my presentation into four parts. They are ... I'm going to develop three main points in my 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:...

<b>Questions</b>	<p>Please, stop me if you have any questions.</p> <p>If you have any questions, I'd be pleased to answer them at the end of the presentation.</p> <p>If you have any questions, please feel free to interrupt.</p>
<b>Signaling phrases</b>	<p><u>Introducing your first point:</u></p> <p>To start with..., then, I'd like to consider...</p> <p>First of all, I'd like to look at...</p> <p>Finishing the point:</p> <p>That's all I have to say about...</p> <p>These are the main points on ...</p> <p>So that's the general picture for... and now let's look at...</p> <p><u>Starting a new point:</u></p> <p>Now let's turn to...</p> <p>I'd like now to consider...</p> <p>Next we come to...</p> <p>The next point I'd like to make is...</p> <p><u>Referring to what you have said:</u></p> <p>As I said at the beginning...</p> <p>I told you a few minutes ago that...</p> <p>In the first part of my talk I said...</p> <p><u>Rhetorical questions:</u></p> <p>What's the explanation for this?</p> <p>What can we do about it?</p> <p>How will this affect us?</p>
<b>Summarizing phrases</b>	<p>Let me just run over the key points again.</p> <p>I'll briefly summarize the main issues.</p> <p>To sum up...</p> <p>So now I'd just like to summarize the main points.</p>
<b>Conclusion</b>	<p>As you can see, there are some very good reasons...</p> <p>In conclusion...</p> <p>I'd like to leave you with the following thought / idea.</p> <p>That brings me to the end of my presentation.</p>
<b>Questions</b>	<p>I'd be glad to try and answer any questions.</p> <p>So, let's throw it open to questions.</p> <p>If there are any questions, I'll be pleased to answer them.</p>
<b>Thanking</b>	<p>Thank you for your attention</p> <p>Thank you for listening</p> <p>I hope you have gained an insight into ...</p>

### Методика проведения ролевой или деловой игры

Ролевая игра может проходить как в формате аудиторной работы, так и в формате зачета.

Преподаватель должен:

1. Объяснить цель занятия и непосредственно ролевой игры.
2. Помочь с формированием групп для проведения ролевой игры.
3. Раздать краткие описания ролевой игры, памятки для участников, если это требуется, и отвести достаточно времени на подготовку.
4. Убедиться, что каждому понятна его роль и задача, отвечать на вопросы и давать разъяснения.

Ход ролевой игры:

1. Студенты внимательно читают описание проблемы и своей роли, обсуждают способы взаимодействия в рамках существующей ситуации (обсуждение ведется на английском языке в малых группах). Студенты могут пользоваться словарем на стадии подготовки для составления списка слов и выражений, которые могут пригодиться во время ролевой игры.

2. Студенты начинают ролевую игру. Игра заканчивается, когда достигнуты приемлемые результаты. Остальные студенты, не задействованные в этой сцене, слушают, отмечают ошибки и неточности, положительные и отрицательные моменты в речи выступающих.

3. Групповое обсуждение результатов. Первыми высказываются участники, затем наблюдатели.

4. Преподаватель подводит итоги, указывая на удачные моменты, основные уроки, которые были извлечены, и те особенности, на которые нужно обратить внимание в последующем учебном процессе.

Возможно использование видео- и другого записывающего оборудования, т.к. во время обсуждения можно возвращаться к отдельным моментам игры, что позволит участникам наблюдать за своим поведением со стороны и делать выводы. На записи также четко прослеживается очень важное с точки зрения передачи информации невербальное поведение, т. е. язык жестов, мимика и т.п.

### **Методика выполнения практико-ориентированных заданий (моделирование ситуаций и их анализ)**

Практико-ориентированные задания — это практические ситуации, описывающие в сжатой и емкой форме различные проблемы, задачи и неоднозначные ситуации без очевидных ответов.

Решения по ним принимаются, как правило, в условиях дефицита информации и времени. При этом важно если не предложить решение проблемы, то выработать, как минимум, стратегию анализа, некий его алгоритм. При выполнении практико-ориентированного задания наиболее интересно не само решение как таковое, а ход мыслей, подход к анализу ситуации, на основе которого студент пришел к тому или иному заключению. При выполнении практико-ориентированных заданий обучающемуся необходимо применить полученные теоретические знания в рамках пройденной тематики для решения практических задач.

#### Практико-ориентированные задачи включают в себя:

- наличие социально значимой задачи (проблемы) — исследовательской, информационной, практической;
- анализ и планирования действий по разрешению проблемы;
- определение формы презентации и контекстно значимого словарного запаса и грамматических структур для вербального выражения идей.

Характерные черты работы над практико-ориентированными задачами включают:

- личностный подход в обеспечении мотивации;
- деятельностный подход;
- принципы проблемного обучения;
- умения самовыражения, самопрезентации и рефлексии;
- навыки самостоятельности в мыслительной, практической и волевой сферах;
- инициативность и творческое отношение к делу.

Компоненты учебно-методической деятельности включают следующие навыки:

- аналитические (выдвижение идеи и формулирование задачи, поиск гипотезы, обоснованный выбор способа решения)
- презентационные (выбор способов и форм наглядной презентации результатов)
- коммуникативные (умение подобрать правильный ряд вербальных единиц общения)
- поисковые (контекстный поиск, в Интернете, по ключевым словам)
- информационные (структурирование информации).

Критерии оценивания успешности выполнения практико-ориентированного задания:

- степень самостоятельности;
- количество новой информации, использованной для выполнения задания;
- степень осмысления использованной информации;
- оригинальность идеи, способа решения проблемы;
- осмысление проблемы и формулирование цели;
- уровень самоорганизации и устного сообщения;
- творческий подход;
- социальное и прикладное значение полученных результатов.

### **Методические рекомендации по организации групповой дискуссии / дебатов**

Дискуссия – это четко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Эта разновидность публичной дискуссии, направленная на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга.

Дискуссия призвана развивать логическое мышление, формировать умения задавать вопросы, отвечать в эмоционально-напряженной обстановке, обучать уважительному отношению к оппоненту при разных точках зрения. Дискуссия считается особенно эффективным методом учебного и научного



поиска в моменты возникновения сложных проблемных ситуаций. В процессе дискуссии появляется много альтернативных идей, предположений и гипотез.

Цель дискуссии: развитие умений свободно и аргументированно излагать свою точку зрения по теме научного исследования на иностранном языке.

Задачи дискуссии:

- достижение определенной степени согласия участников дискуссии относительно дискутируемого тезиса;
- достижение убедительного обоснования содержания, не имеющего первоначальной ясности для всех участников дискуссии;
- формирование профессионального понятийно-терминологического аппарата на основе аутентичных источников по теме научного исследования;
- закрепление навыков организации устного выступления по теме научного исследования с использованием общенаучной и профессиональной терминологии;
- закрепление коммуникативных умений в области иноязычного восприятия речи на слух.

Методика проведения:

1. Группа делится на мини-группы по 3-4 человека. В группе определяются спикер, оппоненты, эксперты.  
Спикер занимает лидирующую позицию, организует обсуждение на уровне группы, формулирует общее мнение малой группы.  
Оппонент внимательно слушает предлагаемые позиции во время дискуссии и формулирует вопросы по предлагаемой информации.  
Эксперт формирует оценочное суждение по предлагаемой позиции своей малой группы и сравнивает с предлагаемыми позициями других групп.
2. Каждая группа обсуждает позицию по предлагаемой для дискуссии теме в течение отведенного времени.  
Задача данного этапа – сформулировать групповую позицию по теме для дискуссии.
3. Проведение дискуссии. Заслушивается ряд суждений, предлагаемых каждой группой. После каждого суждения оппоненты задают вопросы, выслушиваются ответы авторов предлагаемых позиций. В завершении дискуссии формулируется общее мнение, выражающее совместную позицию по теме дискуссии.
4. Подведения итогов. Эксперты предлагают оценочные суждения по высказанным позициям своих групп, осуществляют сравнительный анализ первоначальной и окончательной позиции, представленной своей группой во время дискуссии.
5. Преподаватель дает оценочное суждение окончательно сформированной позиции во время дискуссии.

Критерии оценки:

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

### **Методические рекомендации по реферированию текстов / статей**

Реферирование (лат. *refferere* - докладывать, сообщать) – это краткое изложение содержания оригинала-первоисточника. Подготовка реферата – сложный вид самостоятельной работы. Реферирование представляет собой интеллектуальный творческий процесс, включающий осмысление исходного текста, аналитико-синтетическое преобразование информации: описание текста, целевое извлечение наиболее важной информации, ее перераспределение и создание нового текста.

В зависимости от того, для каких целей пишется реферат, выделяются:

- индикативный реферат (реферат-резюме), который максимально кратко излагает выводы, результаты проведенной работы, все второстепенное для интересующей референта темы опускается;
- информативный реферат (реферат-конспект), который может быть монографическим (по одному источнику) или обзорным (по двум или нескольким источникам); он содержит в обобщенном виде все основные положения первичного документа.

#### Основные требования к реферату

- информативность, полнота изложения,
- объективность, неискаженное фиксирование всех положений первичного текста,
- корректность в оценке материала.

#### Структура реферата

Реферат отличается постоянством структуры:

- 1) заголовок (выходные данные, формулировка темы);
- 2) собственно реферативная часть, включающая изложение основных положений текста-первоисточника;
- 3) анализ, изложение результатов и выводов; указание на наличие иллюстративного материала (таблиц, схем, рисунков и др.);
- 4) заключительная часть (краткий комментарий, в котором референт выражает свое отношение к проблемам, затронутым в первоисточнике, или к позиции автора по этим вопросам).

### **Методические указания для написания отчета на английском языке**

Суть любого отчета, связанного с анализом данных – это предоставление читателю четко организованной фактической информации. Детали

отличаются в зависимости от типа отчета и конкретных требований, указанных в задании.

### Общая структура отчета

Отчет, как правило, состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение. Основная часть делится, в свою очередь, еще на несколько частей (как правило, 2–3). При этом и сам отчет, и все его части должны иметь заголовки. Также можно включить дату, расположив её под заголовком отчета.

### Пример расположения частей в отчете:

**Subject:**

**Date:**

**Purpose / Introduction**

(под этим заголовком располагается вступление)

**Findings**

(«тело» отчета с указанием и анализом всех существенных данных по теме)

**Changes** (вместо слова 'changes' нужно подставить свой заголовок)

(под этим заголовком располагается первая половина основной части)

**Reasons** (вместо слова 'reasons' нужно подставить свой заголовок)

(под этим заголовком располагается вторая половина основной части)

**Conclusion**

(под этим заголовком располагается заключение)

Вместо слова 'purpose' можно писать 'introduction'. Вместо слова 'conclusion' можно писать 'recommendation' (если это отчет-рекомендация).

#### Вступление

Главная задача вступления в отчете заключается в том, чтобы дать читателю понять, о чем будет данный отчет и с какой целью он написан. Если в отчет будут включены какие-нибудь меняющиеся показатели и потребуются объяснить причину(ы) изменений, то нужно отразить это во вступлении: «Цель отчета - обозначить изменения и объяснить их причины». Абстрактные рассуждения не нужны, следует максимально сжато и четко описать цель (она указана в задании), используя перефраз (необходимо избегать копирования цели составления отчета из предложенного в задании).

#### Основная часть

В основной части выполняются изложенные в задании требования (например, сравнение данных двух (или нескольких) таблиц, объяснение причины изменений, анализ диаграммы и т.д.). При этом необходимо не просто перечислять факты, а структурировать, группировать информацию.

#### Заключение

Задача заключения - подвести итоги, суммировать всю изложенную информацию. В зависимости от типа отчета, может также потребоваться выразить свое мнение или дать рекомендацию.

## Стиль

Доклад пишется в формальном стиле. Следует заменять простые структуры более сложными, использовать лексику текущего года обучения, страдательный залог, подходящие средства логической связи. Не должно быть разговорных выражений и сокращений.

### **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
3. Образовательная платформа для изучения иностранного языка Rosetta Stone.

#### **11.2.Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Электронная энциклопедия: <http://wikipedia.org>
2. Электронная энциклопедия по деловому английскому языку: <https://www.investopedia.com/>
3. Агентство финансово-экономических новостей: <http://www.bloomberg.com>

#### **11.3.Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

Указанные средства не используются.

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

Освоение дисциплины производится на базе учебных аудиторий Финуниверситета. Для выполнения практических индивидуальных заданий могут использоваться компьютерные классы. Для проведения практических занятий необходим компьютер мультимедийный с прикладным программным обеспечением и периферийными устройствами: проектор, колонки, средства для просмотра презентаций в PowerPoint, а также аудио-видеоматериалов во время занятий по дисциплине.