

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

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

Кафедра английского языка и профессиональной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и
методической работе

_____ Е.А. Каменева

«24» декабря 2024 г.

Д.Г. Васьбиева, Е.П. Звягинцева, О.А. Калугина, М.А. Ларионова

Иностранный язык в профессиональной сфере

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент»

Москва 2024

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

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

Кафедра английского языка и профессиональной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и
методической работе

_____ Е.А. Каменева

«24» декабря 2024 г.

Д.Г. Васьбиева, Е.П. Звягинцева, О.А. Калугина, М.А. Ларионова

Иностранный язык в профессиональной сфере

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент»

*Рекомендовано Учёным советом
Факультета налогов, бизнес-анализа и аудита
(протокол № 47 от 17 декабря 2024 г.)*

*Одобрено Советом Кафедры английского языка и профессиональной
коммуникации
(протокол № 9 от 28 ноября 2024 г.)*

Москва 2024

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	10
	5.3. Содержание семинаров, практических занятий	20
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	
	6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	31
	6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	43
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	87
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	113
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	114
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	115
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	127
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	128

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.	Знать: <ul style="list-style-type: none">- теоретические основы организации коммуникации (психологический и лингвистический аспект);- структуру стандартных коммуникативных задач;- способы словообразования;- основные грамматические явления и конструкции, части речи, грамматические категории, структуру предложения. Уметь: <ul style="list-style-type: none">- анализировать и применять на практике знания психологии общения, адекватного лингвистического оформления сообщений в ситуациях решения стандартных коммуникативных задач;- выстраивать диалогическую и монологическую иноязычную речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в типовых коммуникативных ситуациях.
		2. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии.	Знать: <ul style="list-style-type: none">- функции и виды, социально-психологическую структуру общения; модели эффективного личного и делового (профессионального) общения в письменной и устной форме;- способы построения вопросов и ответов;- приемы работы с текстом (читать, анализировать, слушать текст с разной глубиной понимания). Уметь: <ul style="list-style-type: none">- анализировать социально-психологические феномены личного и профессионального общения, применять знания осуществления коммуникации при проведении деловых переговоров на иностранном языке;

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

			- извлекать информацию из различных иноязычных источников (аутентичных и адаптированных).
		6. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.	Знать: - теоретические основы организации и осуществления коммуникации; - структуру и особенности написания эссе, деловых писем, отчетов, презентационных материалов на основе проведенного поиска/исследования. Уметь: - критически оценивать информацию, делать заключения; - производить письменные/устные речевые высказывания на иностранном языке.
ПКН -1	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.	Знать: - профессиональную терминологию на иностранном языке, - актуальные направления научных исследований в сфере менеджмента. Уметь: - 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	Знать: - актуальные направления исследований в области менеджмента, предпосылки и последствия их реализации. Уметь: - 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», 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)
Общая трудоемкость дисциплины	5 з.е. / 180ч.	76	104
Контактная работа - Аудиторные занятия	136	68	68
Лекции	-	-	-
Семинары, практические занятия	136	68	68
Самостоятельная работа	44	8	36
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет, экзамен	Зачет	Экзамен
	профили «Маркетинг», «Логистика»		
Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 5 (в часах)	Семестр 6 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	5 з.е. / 180ч.	106	74
Контактная работа - Аудиторные занятия	102	68	34
Лекции			
Семинары, практические занятия	102	68	34
Самостоятельная работа	78	38	40
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет, экзамен	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)
Общая трудоемкость дисциплины	5 з.е. / 180ч.	72	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	48	16	32
Лекции			
Семинары, практические занятия	48	16	32
Самостоятельная работа	132	56	76
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет, экзамен	Зачет	Экзамен
	очно-заочная форма ИОО, ОП «Маркетинг», профиль «Маркетинг», ОП «Финансовый менеджмент»		
Вид учебной работы по дисциплине	Всего	Семестр 5	Семестр 6

	(в з/е и часах)	(в часах)	(в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	5 з.е. / 180ч.	72	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	32	16	16
Лекции			
Семинары, практические занятия	32	16	16
Самостоятельная работа	148	56	92
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет, экзамен	Зачет	Экзамен

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

5.1. Содержание дисциплины

5.1.1. ОП «Финансовый менеджмент», ОП «Управление бизнесом» Профили «Менеджмент и управление бизнесом», «Управление продуктом»

Темы
1. Функции менеджмента и организационная структура компании
2. Мотивация сотрудников
3. Теории лидерства и управления
4. Уровни планирования в менеджменте
5. Операционная деятельность в системе управления организацией
6. Управление рисками
7. Стратегический менеджмент и антикризисное управление
8. Основы корпоративного управления
9. Виды учета в организациях
10. Управленческий учет
11. Бухгалтерский (финансовый) учет
12. Финансовая отчетность в системе управления организацией
13. Информационно-аналитическая составляющая финансовой отчетности
14. Анализ финансовых показателей в управленческих процессах экономических субъектов
15. Основы налогового учета

5.1.2. ОП «Управление бизнесом» Профиль «Менеджмент в спорте»

Темы
1. Функции спортивного менеджмента
2. Стратегический менеджмент в спорте
3. Управленческий учет в спортивных организациях
4. Бухгалтерский (финансовый) учет в спортивных организациях
5. Организационная структура спортивных организаций
6. Мотивация в спорте
7. Уровни планирования в спортивном менеджменте

8. Операционная деятельность в системе управления спортивных организаций
9. Управление рисками в спортивных организациях
10. Теории лидерства и управления
11. Основы корпоративного управления
12. Финансовая отчетность в системе управления организацией
13. Основы налогового учета в спортивных организациях

5.1.3. ОП «Маркетинг», Профиль «Маркетинг»

Темы
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
12. Конкурентные стратегии
13. Маркетинг в кризис
14. Маркетинговые коммуникации

5.1.4. ОП «Логистика», Профиль «Логистика»

Темы
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
12. Закупочная логистика
13. Производственная логистика
14. Информационные системы в логистике

5.2. Учебно-тематический план

ОП «Финансовый менеджмент», Профиль «Финансовый менеджмент»,
ОП «Управление бизнесом» Профили «Менеджмент и управление бизнесом», «Управление продуктом»

Очная / очно-заочная форма ИОО

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 и организационная структура компании	9	8/2	-	8/2	1/7	устный опрос; лексический диктант; устная мини-презентация; групповая дискуссия
2. Мотивация сотрудников	9	8/2	-	8/2	1/7	устный опрос; словарный диктант; проверка лексико-грамматических упражнений
3. Теории лидерства и управления	9	8/2	-	8/2	1/7	устный опрос; мультимедийная презентация; разбор кейса
4. Уровни планирования в менеджменте	11	10/2	-	10/2	1/7	устный опрос; проверка лексических и грамматических упражнений; ролевая игра. Контрольная работа (текущий контроль)
5. Операционная деятельность в системе управления организацией	9	8/2	-	8/2	1/7	устный опрос; словарный диктант; мозговой штурм, мини-презентация
6. Управление рисками	9	8/2	-	8/2	1/7	устный опрос; лексический

						диктант; доклад; моделирование ситуаций и их анализ
7. Стратегический менеджмент и антикризисное управление	9	8/2		8/2	1/7	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и грамматических упражнений; разбор кейса
8. Основы корпоративного управления	11	10/2		10/2	1/7	устный опрос; групповая дискуссия; составление письменного отчета по заданной теме
9. Виды учета в организациях	13	8/2	-	8/2	5/13	устный опрос; дебаты; мультимедийная презентация;
10. Управленческий учет	15	10/2	-	10/2	5/13	устный опрос; словарный диктант; дебаты; деловая игра
11. Бухгалтерский (финансовый) учет	15	10/2		10/2	5/13	устный опрос; проверка лексических и грамматических упражнений. Контрольная работа (текущий контроль)
12. Финансовая отчетность в системе управления организацией	16	10/4	-	10/4	6/14	устный опрос; лексический диктант; мини-презентация
13. Информационно-аналитическая составляющая финансовой отчетности	15	10/2		10/2	5/13	устный опрос; проверка лексических и грамматических упражнений, написание эссе
14. Анализ финансовых показателей в управленческих процессах экономических субъектов	15	10/2		10/2	5/13	устный опрос; словарный диктант; использование навыков критического мышления в ходе

						проведения дебатов
15. Основы налогового учета	15	10/2	-	10/2	5/13	устный опрос; аналитическая работа с документацией, включая описание графиков и схем
В целом по дисциплине	180	136/32		136/32	44/148	Согласно учебному плану: две контрольные работы
Итого в %	100	76/18		100/100	24/82	

**ОП «Управление бизнесом», Профиль «Управление продуктом»,
«Менеджмент и управление бизнесом»
Очно-заочная форма**

Таблица 2.2.

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 и организационная структура компании	9	2	-	2	7	устный опрос; лексический диктант; устная мини-презентация; групповая дискуссия
2. Мотивация сотрудников	9	2	-	2	7	устный опрос; словарный диктант; проверка лексико-грамматических упражнений
3. Теории лидерства и управления	9	2	-	2	7	устный опрос; мультимедийная презентация; разбор кейса
4. Уровни планирования в менеджменте	9	2	-	2	7	устный опрос; проверка лексических и грамматических упражнений; ролевая игра.

						Контрольная работа (текущий контроль)_
5. Операционная деятельность в системе управления организацией	9	2	-	2	7	устный опрос; словарный диктант; мозговой штурм, мини-презентация
6. Управление рисками	9	2	-	2	7	устный опрос; лексический диктант; доклад; моделирование ситуаций и их анализ
7. Стратегический менеджмент и антикризисное управление	9	2		2	7	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и грамматических упражнений; разбор кейса
8. Основы корпоративного управления	9	2		2	7	устный опрос; групповая дискуссия; составление письменного отчета по заданной теме
9. Виды учета в организациях	14	4	-	4	10	устный опрос; дебаты; мультимедийная презентация;
10. Управленческий учет	16	4	-	4	12	устный опрос; словарный диктант; дебаты; деловая игра
11. Бухгалтерский (финансовый) учет	16	4		4	12	устный опрос; проверка лексических и грамматических упражнений. Контрольная работа (текущий контроль)_
12. Финансовая отчетность в системе управления организацией	20	8	-	8	12	устный опрос; лексический диктант; мини-презентация
13. Информационно-аналитическая составляющая	14	4		4	10	устный опрос; проверка лексических и

финансовой отчетности						грамматических упражнений, написание эссе
14. Анализ финансовых показателей в управленческих процессах экономических субъектов	14	4		4	10	устный опрос; словарный диктант; использование навыков критического мышления в ходе проведения дебатов
15. Основы налогового учета	14	4	-	4	10	устный опрос; аналитическая работа с документацией, включая описание графиков и схем
В целом по дисциплине	180	48	-	48	132	Согласно учебному плану: две контрольные работы
Итого в %	100	27		100	73	

**ОП «Управление бизнесом» Профиль «Менеджмент в спорте»
Очная форма**

Таблица 2.3.

Наименование Тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
	Все го	Контактная работа - Аудиторная работа			Самост оятельн ая работа	
		Обща я, в т.ч.:	Лек ции	Семинары, практические занятия		
1. Функции спортивного менеджмента	12	10	-	10	2	устный опрос; лексический диктант; устная мини-презентация; групповая дискуссия
2. Стратегический менеджмент в спорте	14	10	-	10	4	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и грамматических упражнений; разбор кейса

3. Управленческий учет в спортивных организациях	16	10	-	10	6	устный опрос; словарный диктант; дебаты; деловая игра Контрольная работа (текущий контроль)_
4. Бухгалтерский (финансовый) учет в спортивных организациях	16	12		12	4	устный опрос; проверка лексических и грамматических упражнений.
5. Организационная структура спортивных организаций	14	10	-	10	4	устный опрос; лексический диктант; устная мини-презентация; групповая дискуссия
6. Мотивация в спорте	12	10	-	10	2	устный опрос; словарный диктант; проверка лексико-грамматических упражнений
7. Уровни планирования в спортивном менеджменте	12	10	-	10	2	с; ролевая игра.
8. Операционная деятельность в системе управления спортивной организацией	14	10	-	10	4	устный опрос; словарный диктант; мозговой штурм, мини-презентация
9. Управление рисками в спортивных организациях	14	10	-	10	4	устный опрос; лексический диктант; доклад; моделирование ситуаций и их анализ Контрольная работа (текущий контроль)_
10. Теории лидерства и управления	12	10	-	10	2	устный опрос; мультимедийная презентация; разбор кейса
11. Основы корпоративного управления	12	10	-	10	2	устный опрос; групповая дискуссия; составление письменного

						отчета по заданной теме
12. Финансовая отчетность в системе управления организацией	16	12	-	12	4	устный опрос; лексический диктант; мини-презентация
13. Основы налогового учета в спортивных организациях	16	12	-	12	4	устный опрос; аналитическая работа с документацией, включая описание графиков и схем
В целом по дисциплине	180	136		136	44	Согласно учебному плану: две контрольные работы
Итого в %	100	76		100	24	

Профиль «Маркетинг»
Очная / очно-заочная форма ИОО

Таблица 2.4.

Наименование темы дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
	Все го	Контактная работа - Аудиторная работа			Само стоят ельна я работ а	
		Обща я	Лек ции	Семинарские и/или практические занятия		
1. Роль маркетинга в бизнесе.	12	9/2	-	9/2	3/10	устный опрос; лексический диктант; устная мини-презентация; групповая дискуссия
2.Жизненный цикл товара.	14	11/2	-	11/2	3/12	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и грамматических упражнений
3. Ассортимент и ценовая политика.	14	11/2	-	11/2	3/12	устный опрос; мультимедийная презентация; разбор кейса; решение кейса
4. Маркетинговый план: аудит и цели.	12	9/2	-	9/2	3/10	устный опрос; проверка лексических и

						грамматических упражнений; ролевая игра Контрольная работа
5. Маркетинговый план: стратегия и тактика.	14	11/2	-	11/2	3/12	устный опрос; словарный диктант; мозговой штурм, мини-презентация
6. Общение с клиентами.	12	8/2	-	8/2	4/10	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и грамматических упражнений; групповая дискуссия
7. Исследование рынка.	14	12/2	-	12/2	2/ 12	устный опрос; лексический диктант; доклад; моделирование ситуаций и их анализ
16. 8. Развитие нового продукта и брендинг.	14	10/4		10/4	4/10	устный опрос; дебаты; разбор кейса; мультимедийная презентация; тестирование
9. Внедрение нового продукта на рынок и его продвижение.	12	8/2	-	8/2	4/10	устный опрос; словарный диктант; дебаты; деловая игра
10. Реклама.	14	11/4		11/4	3/10	устный опрос; лексический диктант; разбор кейса; письменный отчет
11. Маркетинговые мероприятия.	12	9/2		9/2	3/10	устный опрос; лексический диктант; аналитическая работа с документацией, включая описание графиков и схем; тестирование Контрольная работа
12. Конкурентные стратегии	12	9/2	-	9/2	3/10	устный опрос; дебаты; разбор

						кейса; мультимедийная презентация; тестирование
13. Маркетинг в кризис	12	9/2	-	9/2	3/10	устный опрос; дебаты; разбор кейса; мультимедийная презентация; тестирование
14. Маркетинговые коммуникации	12	9/2	-	9/2	3/10	устный опрос; дебаты; разбор кейса; мультимедийная презентация; тестирование устный опрос; дебаты; разбор кейса; мультимедийная презентация; тестирование
В целом по дисциплине	180	136/32		136/32	44/148	Согласно учебному плану: две контрольные работы
Итого в %	100	76/18		100/100	24/82	

**Профиль «Логистика»
Очная форма**

Таблица 2.5.

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.	10	6	-	6	4	устный опрос; лексический диктант; устная мини-презентация; групповая дискуссия
2. Логистические услуги.	14	8	-	8	6	устный опрос; словарный диктант; проверка лексических и

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

						диктант; аналитическая работа с документацией (в т.ч. описание графиков и схем); контрольная работа
12 Производственная логистика	14	8		8	6	устный опрос; дебаты; разбор кейса; мультимедийная презентация
13 Закупочная логистика	14	8		8	6	устный опрос; аналитическая работа с документацией, включая описание графиков и схем
14 Информационные системы в логистике	12	6		6	6	устный опрос; лексический диктант; мини- презентация
В целом по дисциплине	180	102		102	78	Согласно учебному плану: две контрольные работы
Итого в %	100	57		100	43	

*объем контактной работы в очно-заочной/заочной формах обучения и индивидуальных учебных планах определяется соответствующими учебными планами. Темы, реализуемые в виде контактной работы, определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня их сложности.

5.3. Содержание семинаров и практических занятий

Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Управление продуктом»

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 и организационная структура компании	<p>Элементы управления, основные функции и роли менеджмента.</p> <p>Система взаимоотношений структурных подразделений предприятия в процессе производства и в сфере оказания услуг. Основные типы организационных структур предприятия (линейная, функциональная, матричная, проектная).</p> <p>Рекомендуемые источники: 8 (1), 9 (1)</p>	Фронтальное обсуждение содержания текста учебного пособия, групповое и парное обсуждение содержания аудио/видеофрагмента, совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; Интернет-поиск; дискуссия по тематике семинара.
2. Мотивация сотрудников	<p>Пирамида потребностей Маслоу. Двухфакторная теория Герцберга.</p> <p>Организация времени (тайм менеджмент).</p> <p>Стрессоустойчивость.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8 (1), 9 (1)</p>	Обсуждение содержания текстов основного учебника и дополнительных пособий; дискуссия по содержанию аудио- и видеофрагмента; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме.
3. Теории лидерства и управления	<p>Современные подходы к лидерству. Поведенческие теории. Основные стили управления (авторитарный, демократический, либеральный).</p> <p>Рекомендуемые источники: 8 (1), 8 (6), 9 (1)</p>	Парное и совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; Интернет-поиск; подготовка и проведение ролевой игры. Подготовка к тестированию по пройденным темам.
4. Уровни планирования в менеджменте	<p>Сущность, типы (краткосрочное, среднесрочное) планирования в менеджменте. Средства и методы планирования в организации.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8 (1), 9 (1)</p>	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений.
5. Операционная деятельность в системе управления организацией	<p>Управление операционной деятельностью.</p> <p>Интеллектуальная собственность организации.</p> <p>Управление качеством.</p> <p>Инновационная деятельность.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8 (1), 9 (1)</p>	Групповое обсуждение грамматических явлений на базе лексики по теме занятия; групповое обсуждение аудиофрагментов; выполнение лексико-грамматических заданий.
6. Управление рисками	<p>SWOT-анализ. Проблемы кассового разрыва.</p> <p>Банкротство. Слияния и поглощения.</p>	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение докладов по теме; дискуссии

	Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(5), 8(8), 9 (1)	на основе моделирования ситуаций по теме занятия.
7. Стратегический менеджмент и антикризисное управление.	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). Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(5), 9(1)	Групповое и парное обсуждение содержания печатного текста и аудиофрагмента; дискуссия по теме занятия; разбор кейса; показ мультимедийной презентации с последующим обсуждением.
8. Основы корпоративного управления	Основные понятия, принципы, механизмы, модели корпоративного управления. Участники корпоративных отношений и их система взаимодействия. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(6), 8(8), 9(1)	Работа в парах и совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; Интернет-поиск; промежуточный контроль; ролевая игра; устное тестирование по изученным темам 1-8.
9. Виды учета в организациях	Система хозяйственного учета в России и англоговорящих странах. Формы итоговой отчетности на основе первичных данных. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(7), 9(1)	Совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; работа с аудиоматериалами и текстами по теме.
10. Управленческий учет	Место управленческого учета в системе управления предприятием. Объекты управленческого учета: затраты, результаты хозяйственной деятельности, ценообразование, бюджетирование, внутренняя отчетность. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(8), 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.
11. Бухгалтерский (финансовый) учет	Организация бухгалтерского (финансового) учета. Организационно-правовые особенности предприятий. Местные и международные стандарты финансовой отчетности. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(7), 9(1).	Обсуждение терминологии и лексики по теме в материалах учебных пособий и в аудиофрагментах. Практическая работа с различными видами учета (управленческим и бухгалтерским).
12. Финансовая отчетность в	Основные виды финансовых отчетов. Типы активов и	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста и

системе управления организацией	пассивов. Доходы и расходы предприятия. Классификация потоков движения наличности в отчете о движении денежных средств. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(7), 8 (8), 9(1)	аудио-видеофрагментов; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; работа по составлению отчетов; разбор и решение кейса.
13. Информационно-аналитическая составляющая финансовой отчетности	Данные, отражаемые в финансовой и консолидированной отчетности. Прогноз финансового положения компании. Рейтинговая оценка финансового состояния предприятия. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(7), 9 (1).	Выполнение языковых и коммуникативных упражнений на основе материалов из учебных пособий и дополнительных источников информации по теме.
14. Анализ финансовых показателей в управленческих процессах экономических субъектов	Виды коэффициентов и их подсчет. Оценка вероятности банкротства. Управление предприятием в условиях экономической нестабильности. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(7), 8(8), 9 (1).	Обсуждение содержания печатного текста и докладов по тематике семинара; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; практическая работа по анализу финансовых показателей компании.
15. Основы налогового учета	Юридические формы организации бизнеса. Различия в их налогообложении. Легальные схемы снижения налоговых обязательств. Работа налогового консультанта и аудитора. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(5), 8(7), 9(1)	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 изученным темам 9-15.

ОП «Управление бизнесом» Профиль «Менеджмент в спорте»

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. Функции спортивного менеджмента	Элементы управления, основные функции и роли спортивного менеджмента. Основные стили руководства. Контроль Эффективное руководство	Фронтальное обсуждение содержания текста учебного пособия, групповое и парное обсуждение содержания аудио/видеофрагмента, совместное обсуждение

	<p>спортивными программами. Стратегическое планирование: этапы, основные принципы и методики, навыки.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8 (3), 9(1).</p>	<p>терминологии и лексики по теме; Интернет-поиск; дискуссия по тематике семинара.</p>
2. Стратегический менеджмент в спорте	<p>Факторы, влияющие на выбор стратегии. Анализ стратегических альтернатив, выбор стратегии, ее реализация и оценка результатов. SWOT-анализ, Пять сил Портера.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8 (3), 9(1)</p>	<p>Групповое и парное обсуждение содержания печатного текста и аудиофрагмента; дискуссия по теме занятия; разбор кейса; показ мультимедийной презентации с последующим обсуждением.</p>
3. Управленческий учет в спортивных организациях	<p>Место управленческого учета в системе управления спортивной организацией. Карьера бухгалтера с управленческими функциями: необходимые компетенции, образование, профессиональная аттестация. Объекты управленческого учета: затраты, результаты хозяйственной деятельности, ценообразование, бюджетирование, внутренняя отчетность.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8 (3), 9(1).</p>	<p>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.</p>
4. Бухгалтерский (финансовый) учет в спортивных организациях	<p>Организация бухгалтерского (финансового) учета. Организационно-правовые особенности предприятий. Местные и международные стандарты финансовой отчетности.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8 (3), 9(1).</p>	<p>Обсуждение терминологии и лексики по теме в материалах учебных пособий и в аудиофрагментах. Практическая работа с различными видами учета (управленческим и бухгалтерским).</p>
5. Организационная структура спортивных организаций	<p>Система взаимоотношений структурных подразделений предприятия в процессе производства и в сфере оказания услуг. Основные типы организационных структур предприятия (линейная, функциональная, матричная, проектная).</p>	<p>Фронтальное обсуждение содержания текста учебного пособия, групповое и парное обсуждение содержания аудио/видеофрагмента, совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; Интернет-поиск; дискуссия по тематике семинара.</p>

	Рекомендуемые источники: 8 (1), 9 (1)	
6. Мотивация в спорте	Пирамида потребностей Маслоу. Двухфакторная теория Герцберга. Организация времени (тайм менеджмент). Стрессоустойчивость. Рекомендуемые источники: 8 (1), 9 (1)	Обсуждение содержания текстов основного учебника и дополнительных пособий; дискуссия по содержанию аудио- и видеотрейнера; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме.
7. Уровни планирования в спортивном менеджменте	Сущность, типы (краткосрочное, среднесрочное) планирования в менеджменте. Средства и методы планирования в организации. Рекомендуемые источники: 8 (1), 9 (1)	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; выполнение языковых и коммуникативных упражнений.
8. Операционная деятельность в системе управления спортивной организацией	Управление операционной деятельностью. Интеллектуальная собственность организации. Управление качеством. Инновационная деятельность. Рекомендуемые источники: 8 (1), 9 (1)	Групповое обсуждение грамматических явлений на базе лексики по теме занятия; групповое обсуждение аудиотрейнеров; выполнение лексико-грамматических заданий.
9. Управление рисками в спортивных организациях	SWOT-анализ. Принципы и методы управления рисками для спорткомплексов. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(2), 9 (1)	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение докладов по теме; дискуссии на основе моделирования ситуаций по теме занятия.
10. Теории лидерства и управления	Современные подходы к лидерству. Поведенческие теории. Основные стили управления (авторитарный, демократический, либеральный). Рекомендуемые источники: 8 (1), 8 (6), 9 (1)	Парное и совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; Интернет-поиск; подготовка и проведение ролевой игры. Подготовка к тестированию по пройденным темам.
11. Основы корпоративного управления в спортивных организациях	Основные понятия, принципы, механизмы, модели корпоративного управления. Участники корпоративных отношений и их система взаимодействия. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(9), 9(1)	Работа в парах и совместное обсуждение терминологии и лексики по теме; Интернет-поиск; промежуточный контроль; ролевая игра; устное тестирование по изученным темам 1-8.

12. Финансовая отчетность в системе управления спортивной организацией	Основные виды финансовых отчетов. Типы активов и пассивов. Доходы и расходы предприятия. Классификация потоков движения наличности в отчете о движении денежных средств. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(3), 8(5), 8 (8), 9(1)	Индивидуальные монологи-сообщения на основе текста и аудио-видеофрагментов; выполнение заданий на развитие навыков критического мышления в малых группах; работа по составлению отчетов; разбор и решение кейса.
13. Основы налогового учета в спортивных организациях	Юридические формы организации бизнеса. Различия в их налогообложении. Легальные схемы снижения налоговых обязательств. Работа налогового консультанта и аудитора. Рекомендуемые источники: 8 (1), 8(5), 8(3), 8 (7), 9(1)	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 изученным темам 9-15.

Профиль «Маркетинг»

Таблица 3.3.

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. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(10), 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. Жизненный цикл товара.	Стадии жизненного цикла. Характеристики и стратегии. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(10), 8 (12), 9(1)	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.	<p>Типы продуктов. Виды ценовой политики.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8(4), 8(10), 8 (12) , 9(1)</p>	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.	<p>Проведение маркетингового аудита. Три типа анализа: SWOT анализ, PESTEL анализ, анализ 5 сил Портера. Постановка маркетинговых целей.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8(4), 8 (5), 8 (10) , 9(1)</p>	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.	<p>Составление маркетинговой стратегии. Планирование и обсуждение маркетингового микса. Презентация маркетингового бюджета.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8(4), 8 (5), 9 (1).</p>	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.	<p>Лояльность бренду. Работа с клиентами.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8(4), 8(10), 9 (1).</p>	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.	<p>Маркетинговые исследования: методы и техники. Фокус группы. Маркетинговый микс.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8(4), 8(10), 9 (1).</p>	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.	<p>Значение бренда. Разработка бренда. Индивидуальность бренда.</p>	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение

	Рекомендуемые источники: 8(4), 8(10), 9 (1).	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. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(5), 8 (10) , 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.
10. Реклама.	Типы рекламы. Реклама в интернете. Глобальные рекламные компании. Спонсорство. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(10), 9 (1).	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. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(5), 8 (10) , 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.
12. Конкурентные стратегии	Позиционирование товара. 4 уровня позиционирования по Аакеру Стратегии Push и Pull. (проталкивания и втягивания). Рекомендуемые источники: 8(4), 8(10), 8 (12).	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение докладов по теме; групповые дискуссии на основе моделирования ситуаций по теме занятия.
13. Маркетинг в кризис	Ревизия как выбор лучшего и отказ от лишнего. Меньше рекламы для всех, больше полезных отношений с каждым. Рекомендуемые источники: 8(4), 8 (10), 8 (12).	Групповое обсуждение содержания печатного текста и докладов по тематике семинара; совместное обсуждение терминологии и лексики по теме.
14. Маркетинговые коммуникации	Виды маркетинговых коммуникаций. Уровни человеческого восприятия и доверие к информации. Искажение информации в маркетинговых коммуникациях. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(5), 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

Профиль «Логистика»

Таблица 3.4.

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. Профессии в сфере логистики.	Логистика как наука. Основные принципы логистики. Профессия – логист: содержание и обязанности. Рекомендуемые источники: 8 (4), 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. Рекомендуемые источники: 8 (4), 8(5) , 9(1)	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. Рекомендуемые источники: 8 (4), 8(12) , 9(1)	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. Рекомендуемые источники: 8 (4), 8(12), 9(1)	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. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(5), 8(12)	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 транспорта. Погрузка. Документы необходимые при транспортировке товаров. Выбор перевозчика. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(5), 9(1)	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. Управление запасами	Бесперебойные поставки. Дефицит и избыток. Основные модели управления запасами. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(12), 9(1)	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. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(5), 9(1)	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. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(12), 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
10. Логистика и система снабжения. Общее и различие.	Место логистики снабжения в логистической системе. Снабженческие стратегии. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(5), 9(1)	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. Рекомендуемые источники: 8(4), 8(13), 9(1)	Фронтальное обсуждение содержания печатного текста, совместное обсуждение докладов по теме; групповые дискуссии на основе моделирования ситуаций по теме занятия.
12. Производственная логистика	Главный календарный план производства. Планирование потребности в материалах (MRP) 8(4), 8(12), 9(1)	Групповое обсуждение грамматических явлений на базе лексики по теме занятия; групповое обсуждение прослушанного аудиофрагмента; выполнение лексико-грамматических заданий.
13. Закупочная логистика	Организация закупочной деятельности на предприятии. Планирование потребности в материалах 8(4), 8(12), 9(1)	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.
14. Информационные системы в логистике	Основные понятия и тенденции развития информационных систем Краткая характеристика рынка информационных систем 8(4), 8(12), 9(1)	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. 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», «Управление продуктом»

Таблица 4.1.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
1. Функции менеджмента и организационная структура компании	Процессы управленческой деятельности (организация, постановка целей, планирование, выдача распоряжений, координация работы, контроль, оценка, вознаграждение и т.д.). 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 учебной и справочной литературой. Изучение материалов по проблемам межкультурной коммуникации в менеджменте.
2. Мотивация сотрудников	Роль мотивации в управлении. Модели Хакмана и Олдхема. Применение содержательных и процессуальных теорий в управлении организации.	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.
3. Теории лидерства и стили управления	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).	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.

4. Уровни планирования в менеджменте	Оперативное, тактическое и стратегическое планирование в менеджменте. Процесс стратегического планирования, его элементы и этапы. Участие менеджеров в определении миссии компании.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой для осуществления участия в мозговом штурме.
5. Операционная деятельность в системе управления организацией	Конструкты операционной деятельности на предприятии: основные бизнес-процессы, обеспечивающие процессы, управленческие процессы. Системы управления организацией и операционными рисками (планирование, регистрация фактов операционных рисков, контроль рисков, связь с бизнес-процессами организации).	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.
6. Управление рисками	Анализ и принятие решений по рисковым 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. Стратегический менеджмент и антикризисное управление	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. Основы корпоративного управления	Различные организационно-правовые формы предприятий. Принципы раскрытия информации эмитентами. Конфликт интересов.	Работа с использованием аутентичных источников информации по изучаемой теме. Поиск дополнительной информации для подготовки к дискуссии по теме.
9. Виды учета в организации	Организационно-правовые особенности предприятий и их влияние на выбор формы учета в организациях. Особенности учета в некоммерческих и государственных организациях.	Активизация работы по использованию аутентичных профессионально-ориентированных источников информации
10. Управленческий учет	Направления (виды) управленческого учета (производственный, маржинальный, бюджетный, финансовый (стратегический и тактический), кадровый и т.д.).	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой.
11. Бухгалтерский (финансовый) учет	Адаптация западных моделей бухгалтерского учета к системе отчетности, принятой в российской деловой среде.	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.
12. 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.
13. Информационно-аналитическая составляющая финансовой отчетности	Информационная база, основные методы и этапы анализа финансовой отчетности. Роль информации финансового содержания в принятии управленческих решений.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с использованием оригинальных образцов документации для подготовки к анализу финансовых показателей.
14. Анализ финансовых показателей в управленческих процессах экономических субъектов	Особенности анализа бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках, движении денежных средств, изменениях в структуре капитала. Финансовые показатели контроля деятельности и его эффективности.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с аутентичной и справочной литературой по теме.
15. 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.

Профиль «Менеджмент в спорте»

Таблица 4.2.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
1. Функции спортивного менеджмента	Организация всемирных спортивных мероприятий. Особенности менеджмента в спортивных организациях и различных секторах экономики и кросс-культурный подход в управлении при организации работы в организации и в	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Изучение материалов по проблемам межкультурной

	ходе совместных проектов с иностранными партнерами.	коммуникации в менеджменте.
2. Стратегический менеджмент в спорте	Анализ и оценка внутренней и внешней среды организации. Определение стратегических альтернатив. Способы выбора стратегии. Подготовка анализа стратегических альтернатив, выбор стратегии, ее реализация и оценка результатов на основе SWOT-анализа и Пять сил Портера спортивной компании (на выбор) 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.
3. Управленческий учет в спортивных организациях	Система управленческого учета по аналитическим признакам в сфере физической культуры и спорта (программный комплекс «Свод-СМАРТ»). Важность и эффективность внедрения управленческого учета в структуру спортивной организации.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой.
4. Бухгалтерский (финансовый) учет в спортивных организациях	Вопросы бюджетного финансирования спорта. Государственное финансирование программы развития физкультуры и спорта в России и за рубежом. Бухгалтерский учет в коммерческих спортивных организациях. Коммерческие расходы спортивной организации.	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.
5. Организационная структура спортивных организаций	Система взаимоотношений между различными должностями и подразделениями внутри спортивной организации и компаний (Nike, Adidas). Особенности механизма управления физкультурно-спортивной деятельностью в различных странах.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой. Изучение материалов по проблемам межкультурной

	Анализ зарубежных моделей управления спортом. Организация, состав и структура МОК.	коммуникации в менеджменте.
6. Мотивация в спорте	Роль мотивации в управлении. Основные теории мотивации в спорте: Теория потребностей Макклелланда-Аткинсона и теория атрибуции Вайнера.	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.
7. Уровни планирования в спортивном менеджменте	Виды планирования в спортивном менеджменте (оперативное, тактическое и стратегическое). Процесс стратегического планирования, его элементы и этапы в спортивном менеджменте. Роль спортивных директоров в долгосрочном планировании. Получение высшего образования в сфере спортивного менеджмента. Участие спортивных менеджеров в определении миссии компании.	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой для осуществления участия в мозговом штурме.
8. Операционная деятельность в системе управления спортивной организацией	Операционная деятельности индустрии спорта: основные бизнес-процессы, обеспечивающие процессы, управленческие процессы. Системы управления организацией и операционными рисками. операционной деятельностью спортивного сооружения. Внедрение всеобщего управления качеством в индустрии спорта. Организация операционной деятельности и управления	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.

	объектами крупнейших международных мероприятий (Олимпиад, Универсиад, Чемпионатов Мира и Европы и других).	
9. Управление рисками в спортивных организациях	Процесс и методология риск-менеджмента в спорте для идентификации, анализа, оценки и управления потенциальными угрозами или негативными последствиями. Методы оценки, анализа и управления рисками, умения и навыки использования этих инструментов в процессе управления физкультурно-спортивной организацией. Финансово-экономические риски в сфере спорта.	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.
10. Теории лидерства и управления	Личностная теория лидерства, поведенческие теории лидерства (Теории «Х» и «Y» 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).	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.
11. Основы корпоративного управления в спортивных организациях	Организационно-правовые формы спортивных организаций. Принципы раскрытия информации эмитентами. Конфликт интересов.	Работа с использованием аутентичных источников информации по изучаемой теме. Поиск дополнительной информации для подготовки к дискуссии по теме.
12. Финансовая отчетность в системе управления спортивной 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.
13. Основы налогового учета в спортивных организациях	Налоговые льготы. Налоговое законодательство в сфере спорта. Роль профессиональных экспертов в вопросах уплаты налогов спортсменами. Дополнительное обязательство профессиональных спортсменов по уплате «налога на спортсменов».	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.

Профиль «Маркетинг»

Таблица 4.3.

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 агентствами. Рейтинги. Написание эффективного пресс релиза.	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. 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.
12. Конкурентные стратегии	Маркетинговые акции и реклама как стратегия привлечения внимания. Сильные и слабые стороны традиционного маркетинга.	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.
13 Маркетинговые стратегии в кризис	Новые каналы и методы продвижения. Метод сосредоточения на главном	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.
14 Маркетинговые коммуникации	Реклама как вид коммуникации и как способ донести информацию. Рациональное и эмоциональное в рекламе. Искажение информации в маркетинговых коммуникациях.	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.

Профиль «Логистика»

Таблица 4.4.

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	Выполнение заданий, рекомендованных учебными пособиями и мультимедийными ресурсами. Работа с учебной и справочной литературой.

	складов. Складская документация. Методы учета.	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.
12. Закупочная логистика	Системы JIT, VMI и MRP в закупочной логистике Оперативный учет движения материалов на складе и контроль за уровнем их запасов	Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к кейс-анализу и мультимедийной презентации.
13. Производственная логистика	Планирование потребности в материалах (MRP) Планирование потребности в мощностях (CRP)	Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами для подготовки к кейс-анализу и мультимедийной презентации.
14 Информационные системы в логистике	CRM-системы. EDI-системы Краткая характеристика рынка информационных систем	Работа с учебной и справочной литературой. Работа с использованием оригинальных профессионально-ориентированных источников информации, в том числе и с Интернет-ресурсами

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

Пример теста текущего контроля (контрольной работы)

Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Управление продуктом»

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 11-15 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. Projects fulfilled with the use of Scrum have a 50% success rate.
13. The term Agile came from seven software engineers who decided to create the new approach in management in 2001.
14. The idea of a new approach offered was in showing the unfinished product to the customer to get suggestions from them and improve the finite product.
15. The comments to improve the product for the next stage are required.

Task 3. Match the term with its definition.

16. 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

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

A	B	C
unite	cluster	appoint

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

A	B	C
---	---	---

found	cost	establish
-------	------	-----------

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

A	B	C
mutual	interconnected	peripheral

20. 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

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

A	B	C
define	convey	handle

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

A	B	C
identification	measurement	implementation

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

A	B	C
authorize	establish	exert

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

A	B	C
permeate	submit	report

25. 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.

26. 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

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

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

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

- a. to achieve

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

29. 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

30. 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

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

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

32. 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

33. 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

34. 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

35. 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.

36	disturbance	A	result or effect
37	contingency	B	to state or describe something clearly and exactly
38	hierarchical	C	not central or of main importance
39	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
40	organization	E	to put someone or something into a less important position
41	subordinate	F	something that you are planning to do or achieve
42	peripheral	G	someone who is high or higher in rank
43	control	H	something that interrupts someone or makes someone feel worried
44	objective	I	to discover the exact size or amount of something
45	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

Task 6. Make up a correct form from the words in capital letters on the right to complete the sentences 1-10.

<p>Management is based on ...46... theories and today we can say that it is a ...47... science. But knowledge of theories and principles doesn't provide ...48... results. It is necessary to know how to apply this knowledge. Practical ...49... of knowledge in the management area requires certain abilities or skills. ...50... on its size, an organization may employ a number of specialized managers who are responsible for particular areas of management.</p>	<p>SCIENCE DEVELOP PRACTICE APPLY DEPEND MANAGE</p>
--	---

Task 7. Writing (Opinion Essay)

Comment on the statement provided.

What is your opinion?

Write approximately 250 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.

Пример теста текущего контроля (контрольной работы)
Профиль «Менеджмент в спорте»

MID-TERM TEST

VARIANT A

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

It is important for management accountants in sports ...(1)... the fundamentals of performance measurement, analytics, revenue, taxation, and more.

In the last 40 years, the economics of sports ...(2) ... dramatically. Total spending on sports sponsorship and advertising ...(3) ... at \$77.7 billion in 2022, with a future projected growth rate of almost 9% per year through 2027. Sport is big business, ...(4) ... diverse opportunities for finance and accounting professionals from entry-level accounting roles to sophisticated analysis of franchise and player values.

A lot of factors ...(5) ... the ever-increasing valuations of sports franchises. Sports can guarantee a live television audience and hence eyeballs for advertising.

Another driving force is that the geographic boundaries to ownership have largely disappeared, which has increased the pool of individuals and entities ...(6) ... in sports properties.

Nevertheless, only some sports can command lucrative media and digital rights fees; others must ...(7) ... for exposure or rely on non-media-related revenue sources.

Furthermore, despite the huge sums, for example, seven of the UK's Premier League's 20 teams ...(8) ... to be in financial distress in 2022. Costs for top talent have been consuming an ever-increasing share of revenues.

From a financial standpoint, it is important not ...(9) ... the basics of economics and accounting when ...(10) ... at sports. Emotion and passion can easily blur the realities. Sports finance professionals need to bring discipline and data to decision-making, planning, and financial management. Accounting professionals should pay attention to performance measurement, analytics, revenue, taxation and so on.

	A	B	C
1	considering	to consider	considered
2	have changed	changed	to change
3	be estimated	estimated	was estimated
4	created	was creating	creating
5	are driving	have been driven	are driven
6	investing	has invested	are invested
7	paid	to pay	pay
8	has reported	were reported	being reported
9	ignore	to ignore	ignoring
10	looking	being looked	to look

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

Sports teams only have so much money to pay players, coaches, assistant coaches, and every other professional on the payroll. A payroll accountant is responsible for managing the compensation process. The salary contracts for professional sports players can be very complex, and the payroll accountant will compensate each player and staff member based on the detailed terms in their contract. If they win a championship, have good stats, or meet other terms in their contract, they may receive bonuses. A payroll accountant will oversee this, and also keep up with payroll tax regulations.

Sports teams make a lot of their revenues by selling team merchandise to fans. A sports accountant specializes in merchandise accounting. A merchandise accountant will manage the inventory that is being sold in stadiums, to vendors, and online. He/she may also be involved in the pricing process, so that enough revenues are gained.

Controllers oversee the accounting department for a sports team. They will look over all of the accounting activities and work with payroll and merchandise accountants to review profitability and to make important financial recommendations. Because controllers have more responsibility, they make higher salaries than the average sports accountant.

Just because you love sports but have no athletic ability does not mean that you cannot enter the sports industry. You need to pursue a Bachelor's degree in accounting to enter into the industry as an entry-level accounting assistant. Once you gain experience, you can work your way up the ranks. If you want to be a manager or a controller, pursue a Master's degree or MBA with a concentration in accounting. Academic achievements will lead to professional success.

Salaries in the field can vary. The salary you earn will depend on the team you work for and the position you are pursuing. Earn your degree, start looking at job openings, and do what you enjoy doing in an atmosphere that you want to work in.

- 11.** Coaches, players, assistant coaches, and every other professional are included on the payroll.
- 12.** Compensation process is managed according to the salary contracts for professional sports players.
- 13.** A sports accountant manages payroll processes, ensuring accurate and compliant payroll calculations, tax deductions, and reporting.
- 14.** Selling team merchandise in stadiums, to vendors, and online does not generate much revenue for sports teams.
- 15.** Controllers are those who have responsibility for all accounting-related activities, managerial accounting within a company except for finance activities.
- 16.** Since controllers' duties and responsibilities expand beyond that of an accountant, they typically command larger wages.
- 17.** Many sports careers don't require you to be an active athlete.
- 18.** For an entry-level position, a Master's degree in accounting is a minimum requirement.

19. Academic excellence isn't a prerequisite for professional success.
 20. Salaries in the field will be different depending on a number of factors.

Task 3. Match the term with its definition.

21. The direction and scope of an organization over the long term to meet the needs of the market.

A	B	C
contingency plan	corporate strategy	strategy investment

22. When companies operate in a range of different product or geographical areas of business.

A	B	C
multi-market activities	situational analysis	core values

23. The amount of money moving into and out of a business.

A	B	C
fixed costs	investment	cash flow

24. A statement that shows the value of a company's assets (= things of positive value) and its debts.

A	B	C
balance sheet	income statement	financial statement

25. A person or group of people who own a share in a business.

A	B	C
manager	stakeholder	sponsor

26. Money that is spent on buildings and equipment to increase the effectiveness of a business.

A	B	C
strategy investment	capital investment	cash flow

27. This is the job of keeping or examining the records of money received, paid, and owed by a company or person.

A	B	C
taxation	capitalisation	accounting

28. The process of setting goals, procedures, and objectives in order to make a company or organization more competitive.

A	B	C
strategic management	management accounting	shared target

29. How well a person, machine, etc. does a piece of work or an activity is called ...

A	B	C
performance	shared target	strategy

30. A methodology to improve performance measurement, monitoring, and improvement to achieve overall organizational objectives.

A	B	C
competitive advantage	strategic performance management	contingency plan

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

31. Sports organisations ... more than £1m in the next six months if the shutdown ...

- a. lose ... will continue
- b. would lose ... had continued
- c. will lose ... continues

32. Reebok's losses ... catastrophic three years ago if the crisis ... to discourage sporting events.

- a. could have been ... had continued
- b. had been ... could have continued
- c. could be ... continued

33. If the sports manager of this club ... a SWOT Analysis, they ... the best strategic plans.

- a. conducts ... would create
- b. conducted ... would have created
- c. conducted ... would create

34. Should one of the premium sportswear brands ... its product line, it ... by market changes or new competitors.

- a. diversify ... will be less shaken
- b. diversifies ... will be less shaken
- c. is diversified ... will be less shaken

35. If this brand ... a comprehensive branding strategy it ... various media and communication channels to spread its brand message in all directions.

- a. had ... could use
- b. has had ... could have used
- c. has ... could use

36. Adidas ... to potential customers provided that it ... its different social media platforms in different ways while interacting with its customers

- a. will reach out ... uses
- b. reach out ... will use
- c. reaches out ... uses

37. Nike ... some control over how its sneakers are made unless it ... manufacturing processes to third-party suppliers working overseas.

- a. won't lose ... outsourced
- b. doesn't lose ... will outsource
- c. won't lose ... outsources

38. Did you enjoy ... a financial manager?

- a. be

- b. to be
- c. being

39. If Reebok's sales ... to fall last year, the brand ... its first drop in earnings.

- a. hadn't started ... wouldn't have recorded
- b. didn't start ... wouldn't record
- c. don't start ... won't record

40. Being a sports fan, he decided ... a joint honours degree in Sports Science.

- a. doing
- b. to do
- c. do

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

41	strategy investment	A	something that might possibly happen in the future, usually causing problems or making further plans and arrangements necessary
42	competitive advantage	B	a right to sell a company's products in a particular area using the company's name
43	corporate accounting	C	fixed procedure for evaluating a long-term plan of action for achieving a particular goal
44	franchise	D	a forecast of future revenues and expenditures
45	cost accountant	E	the ability to imagine how a country, society, industry, etc. could develop in the future and to plan for this
46	financial projection	F	the act of obeying an order, rule, or request
47	certified management accountant	G	a person who examines all the costs involved in a business activity or a production process in order to help managers decide how to make profits or save money
48	expertise	H	a person who has a qualification from the Institute of Management Accountants, showing that they are an expert in accounting and financial management
49	vision	I	to discover the exact size or amount of something
50	compliance	J	specific accounting branch that handles accounting for companies, prepares their accounts and any cash flow statements, analyzes and interprets the financial results for the business, and looks at any events such as absorption, amalgamation, and consolidated balance sheets
		K	the conditions that make a business more successful than the businesses it is competing with, or a particular thing that makes it more successful

		L	a high level of skill or knowledge
--	--	----------	------------------------------------

Task 6. Writing (Opinion Essay)

Comment on the statement provided.

Strategic management affects the entire organization.

What is your opinion?

Write approximately 250 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.

Пример теста текущего контроля (контрольной работы)

Профиль «Маркетинг»

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 branding 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», «Управление продуктом»

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. 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. Organizations should increasingly adopt the use of compliance controls.
7. Management accounting, cost accounting and controlling are one and the same thing.
8. Management accounting is able to help a company gain competitive advantage.
9. There is no difference between Financial and Managerial Accounting.
10. To be meaningful, financial ratios must be viewed in comparison with the ratios of other entities with similar characteristics

11. Financial ratios are one of the best and simplest ways to set an objective performance standard
12. Classifying costs correctly and separating fixed from variable ones are necessary for valid analysis
13. Overhead analysis gives you an opportunity to affect your financial statements
14. Nowadays employers demand a combination of knowledge, skills and behaviour, the ability to perform a specific role
15. To impress a future employer, it's necessary to boost transferable skills, leadership qualities being on top of these

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

Профиль «Менеджмент в спорте»

1. Strategic management affects the entire organization.
2. The most fundamental skills you need to be successful as a management accountant in sport industry are an aptitude for and interest in numbers, math, business and production processes rather than leadership and management skills.
3. Creating a budget is a crucial first step for a team treasurer.
4. The finances of the team should be handled through a team bank account, not a personal one.
3. Communicating what's happening with the team's finances is important for the team to stay on budget throughout the season.
4. Successful sport finance management is dependent on making intelligent decisions that will maximize value for organizations.
5. Motivation helps players overcome many challenges, including losses, injuries, and setbacks and stay focused on their goals.
6. Having a supportive network can help players stay motivated.
7. Finding inspiration can help players stay motivated.
8. Multiple reporting relationships is a characteristic of a matrix structure in organizations.
9. Puma and Adidas place a stronger emphasis on direct-to-consumer channels in their organizational structure.
10. The link between the desire to achieve and sporting success is an obvious one.
11. Motivation in a sporting environment can be defined as a desire that drives and directs behavior.
12. The competitive market requires strategic decisions from sport managers.
13. Decision-making skills as well as people skills and communication skills are among the most critical skills a sports manager must have to exercise organising function effectively.
14. Management accounting is able to help a company gain competitive advantage.
15. Management accountants need to be able to see your organization's big picture.

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

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

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:

Профиль «Менеджмент в спорте»

1. Sports management functions.
2. The role of controlling in sports management.
3. The role of the manager in a football team.
4. Sports club organizational structure.
5. Organizational chart for employee positions in sports industry.
6. Leadership in the sport industry.
7. The greatest leaders in sports industry.
8. Puma's U-form organizational structure.
9. A 'matrix' organizational structure.
10. Types of motivation for athletes.
11. Management styles and motivational theories in sports.
12. Risk management.
13. Accounting and tax challenges testing the sports industry.
14. Successful sport finance management.
15. Financial management for sport clubs.
16. A bank account for a youth sports team or club.
17. Sports operations management.
18. Levels of management for the Olympic committee.
19. Types of workers in sport organisations.
20. Planning as a basic function of sports management.

Примерные темы для презентаций:

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

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:

Профиль «Менеджмент в спорте»

1. Controlling is a comprehensive management concept.
2. The ways in which management of sports organizations must act at all levels of management.
3. What is the strategy of sports management to win the championship?
4. Why are sport organisations oriented towards strategic management activities?
5. Can sport management use only old business models and outdated management practices to adjust to the changes surrounding sport organisations?
6. What skills do sports managers need to qualify to manage complex sport organizations?
8. What is the most important part of strategic management?
9. Why do many strategies require organizational structure and culture changes?
10. Porter's Five Forces Model is used to analyze and identify five competitive forces that shape every industry while determining its strengths and weaknesses.
11. Five Forces analysis can be used to guide business strategy to increase competitive advantage.
12. What are five accounting and tax challenges testing the sports industry?
13. Which areas could new revenue recognition standards affect?
14. Which aspects require special treatment on the balance sheet and income statement?
15. Why is it critical for sports teams and leagues to identify effectively where revenue is being generated and resources are being expended?
16. Why is understanding the income tax complexities of active vs. passive team ownership critical for both managing and limited partners?
17. How can new lease accounting standards affect stadium rental agreements?
18. There is a difference between financial accountancy information and management accounting information.
19. What are the three areas of management accounting?
20. What are the functions of accounting programs?
21. What is meant by good cash flow forecasting?
22. What are the benefits for sports clubs to be registered as charitable trusts?
23. Do you agree that there are so many different levels of business in the sports industry?
24. What sport management position would you like to take after graduation from the university?
25. What is a role of operations management in sports organisations?
26. Which organizational structure is more flexible? Why?
27. Do you agree that most traditional companies run functional organizational structure while many startups need to make sure their small teams remain flexible?
28. Motivation helps soccer players overcome challenges and stay focused on their goals.
29. Because of the 'jock tax,' athletes must file taxes in almost every state in which they play.

30. The types of income that the athletes receive from competitive sports, and related tax implications, are the most complex and diverse in the case of international events involving numerous athletes from various countries.

Примерные темы для дискуссий:

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

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

Профиль «Менеджмент в спорте»

Выполните разбор миникейса «Nike Strategic Management».

Background: Nike Inc. is an international company based in the United States, which deals with sportswear and other apparels. The company is ranked as the top seller of sports shoe and clothing. Today, Nike not only distributes its products domestically, but also all around the globe. It has market regions in continents such as Asia, Europe, and United States. Besides, Nike has produced many brands such as Nike Skateboarding and Nike Pro.

The objective is to identify the strategic methods and tools that will lead to its superior performance.

Available Information:

- Strategic management is a technique that Nike, Inc. has been able to apply to determine how it is performing in its current position and how its future should be.

- Nike has set business plans through strategic management in order to assess its business areas.
- Mission statements help to make clear how the organization is observed and how it will be perceived in the future.

Focus on the Nike Company and the strategic management that will lead to its superior performance. Use knowledge of strategic management in the sports industry, especially strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation, SWOT analysis, strategic implementation which involves budgeting, project management, staffing, and leadership to make final decision.

Your decision:

(oral explanation)

Пример ситуативного задания / мини-кейса

Профили «Маркетинг»

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 chose 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», «Управление продуктом»

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

Профиль «Менеджмент в спорте»

UNIT 1

1. руководство, характеризующееся невмешательством; принцип невмешательства
2. лидер; руководитель
3. процесс управления
4. мотивировать
5. результат
6. сфера контроля
7. стратегическое планирование
8. эффективность
9. общая цель
10. стратегия
11. оценивать
12. SWOT-анализ
13. анализ данных
14. регулировать; приспособливать; устанавливать
15. конкурентное преимущество.
16. стратегическое управление эффективностью деятельности
17. бухгалтерское дело
18. правила составления бухгалтерской отчетности
19. балансовый отчёт
20. разработчик сметы
21. движение денежных средств
22. соблюдение законодательных требований бухгалтерский учет организаций.
23. общепринятые принципы бухгалтерского учёта.
24. налог
25. обязательства по налогам.
26. прибыль до выплаты процентов и налогов.
27. идентификационный номер налогоплательщика США – юридического лица.
28. факторинг, приобретение требований к должнику и взыскание долга, предоплата требований, счетов к получению.
29. манипуляции с бухгалтерской отчётностью
30. состав команды

Пример словарного диктанта

Профили «Маркетинг»

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», «Управление продуктом»

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">• Planning and giving a presentation• Selecting and using visual aids• Presenting arguments / ideas persuasively• Managing nerves• Keeping the audience interested• Dealing with questions confidently	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">• Preparing an agenda• Room layout and seating• Effective visual aids• Managing time during a meeting• Lubricating discussion• Contributing effectively• Follow up	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">• Preparation of the job description• Comparing the different advertising methods• Defining the ideal candidate• Preparing for the interview• Making an interview plan and conducting the interview• Behavioural skills and body language• Evaluating the success of interview methods	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"> • Choosing and motivating a good team • Creating an atmosphere which produces good teamwork • Identifying and eliminating factors which reduce good teamwork • Using individual strengths • Improving communication within the team • Leadership skills • Producing an action plan and monitoring it 	Newly-appointed team leaders or managers. Managers whose success is likely to be affected by the performance of their team and teamwork
5	Time Management	2 linked days with 3 weeks in between	<ul style="list-style-type: none"> • Analysing how time is spent • Deciding on priorities and allocating time • Identifying time-wasters and eliminating them • Delegation • Controlling workload, paperwork and interruptions • Your diary/personal organiser 	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"> • Understanding stress and how to use it as a motivator • Positive stress reduction strategies • Avoiding negative strategies such as drink and drugs • Relaxation techniques • Practical ways of managing stress to maintain and improve effective performance in yourself and others 	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 «Менеджмент в спорте»

Why Athletes End Up Bankrupt

Most pro athletes are often rigorously criticized for making too much money. Yet a surprising number are far from the top of their game when it comes to managing their wealth. Why have so many pro athletes who were once wealthy later found themselves broke? More importantly, what can we learn from their financial stumbles?

Simulation

Choose one of the roles (Student majoring in Sports management, Former Olympic ski champion, Former figure skating champion, Wealth manager), prepare it carefully and be ready to take part in a meeting where you have to arrive to a certain decision considering yourself a good money manager.

Hold a meeting where you must decide:

- reasons why athletes go broke
- who are role models among famous athletes for how not to go broke
- how pro athletes can avoid going broke
- why retirement planning is so challenging for pro athletes.

Student

You focus your interlocutors' attention on the fact that 2009 Sports Illustrated report estimated that 78% of National Football League (NFL) players file for bankruptcy or are experiencing financial stress only two years after retiring, and 60% of National Basketball Association (NBA) players suffer the same fate after five years of retirement. Besides you give examples of high-profile pro athletes who went broke. Former heavyweight boxing champion Mike Tyson, who was once worth up to about \$400 million, spent most of that fortune and declared bankruptcy in 2003 even before he retired. Basketball superstar Allen Iverson earned over \$150 million in the NBA, and even more through sponsorship deals. But in 2012, Iverson's financial straits were revealed when a judge ordered him to pay a jeweler \$860,000, and he said he couldn't pay. You would like to clear up the reasons why so many pro athletes who were once wealthy later have found themselves broke.

Make use of the helpful phrases:

- *Here are*
- *As you know*
- *For example,*
- *You should keep in mind that*
- *I'm afraid that's out of the question.*

Former Olympic ski champion

You try to explain the reasons by saying that pro athletes who get into financial trouble have a few things in common when it comes to how they lost their fortunes, including having a small earnings window, a lack of financial planning, and overspending. Then you suggest

Make use of the helpful phrases:

- *So many examples. Unfortunately,*
- *Frankly speaking,*
- *In my opinion,*

Former figure skating champion

You consider great examples of iconic athletes who've achieved enduring financial success. The richest athlete of all time is basketball superstar Michael Jordan, whose \$2.1 billion fortune was built from his NBA income, sponsorships, and investments, including a majority stake in the Charlotte Hornets. Serena Williams won more tennis Grand Slams (23) than any other player and four Olympic gold medals. Her career prize money made her the second highest-paid woman athlete, and she has put that—and income from almost 20 corporate sponsorships—to good use in diverse business interests and her own venture capital firm, Serena Ventures.

Make use of the helpful phrases:

- *First of all, never say die.*
- *It goes without saying that*
- *If you ask me, I would*

Student

That sounds good to you. Spending so much today that you can't save anything or invest for a secure future is a losing proposition regardless of how much money you make. If you don't consider yourself a good money manager, ask for help. You are sure that there are some ways of how pro athletes can avoid going broke. You ask the wealth manager for some advice.

Make use of the helpful phrases:

- *I am afraid I know next to nothing about*
- *Frankly speaking,*
- *In my opinion,*
- *I totally agree*
- *I should keep in mind that*

Wealth manager

You would like to point out that financial literacy education before any contracts are signed, ongoing money management training beyond rookie camp workshops, and compensation structures that pay out over time would be helpful. The key for young pros is to manage a short spike of high income so that it can last a lifetime. Apart from that you touch upon the issue of retirement planning which is so challenging for pro athletes. Compared to most people, pro athletes have very short careers. And if their contract isn't renewed or they get injured, their careers can unexpectedly be

cut even shorter. Pro athletes tend to be intensely focused on their sport, sometimes to the exclusion of other important matters, such as their personal finances.

Make use of the helpful phrases:

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

Your decision:

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
Compensation limitation	Subject to the standard trading conditions, where limitations of liability and exclusions apply.	Compensation is as per the policy of insurance.
Compensation amount	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	Full settlement of USD 50,000

	does not receive any compensation for its loss.	
--	---	--

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»

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 are 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 устной форме:

1. Проведение анализа проблемной ситуации - 50 баллов.
2. Выполнение лексико-грамматического задания (10 заданий, из них 5 заданий на лексику и 5 заданий на грамматику) - 10 баллов.

Экзамен проводится в устной форме:

1. Работа с текстом: чтение, анализ и реферирование (объем текстовой части – 2200-2500 печатных знаков) – 30 баллов.
2. Анализ мини-кейса – 30 баллов.

Таблица 5

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

	компетенции и	достижения компетенции	
Способность применять знания иностранног о языка на уровне, достаточном для межличност ного общения, учебной и профессиона льной деятельност и (УК-3)	1.Использует иностранн ый язык в межличностн ом общении и профессиона льной деятельности , выбирая соответствую щие вербальные и невербальны е средства коммуникаци и.	Знать: - теоретические основы организации коммуникации (психологический и лингвистический аспект); <	

		<p>Уметь:</p> <p>- 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>2. If you want your boss to raise your salary, you ... harder.</p> <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td></tr><tr><td>would have to work</td><td>will have worked</td><td>will have to work</td></tr></table> <p>3. If you ... the scope of your project ahead of time, you 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 determine</td><td>determine</td><td>won't determine</td></tr></table> <p>Задание # 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>Задание # 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	would have to work	will have worked	will have to work	A	B	C	don't determine	determine	won't determine
A	B	C													
would have to work	will have worked	will have to work													
A	B	C													
don't determine	determine	won't determine													
Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения,	2. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные	<p>Знать:</p> <p>- функции и виды, социально-психологическую структуру общения; модели эффективного личного и делового (профессионального) общения в</p>	<p>Задание # 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">• Many people think the job of a manager is dull and routine.• Management has changed significantly during the last decade.												

<p>учебной и профессиональной деятельности (УК-3)</p>	<p>информационно-коммуникационные технологии.</p>	<p>письменной и устной форме;</p> <p>- способы построения вопросов и ответов;</p> <p>- приемы работы с текстом (читать, анализировать, слушать текст с разной глубиной понимания).</p> <p>Уметь:</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</p>	<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> <i>From my point of view</i></p> <p>Задание # 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>Задание # 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>Задание # Analyse and discuss these questions:</p> <ul style="list-style-type: none"> • In your view, what are the three main most frequent causes of difficulties in supply chains? • 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? • 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? <p>Задание # The development of a marketing plan usually begins with an audit. Can you</p>
---	---	---	---

		<p>эффективные стратегии и тактики ведения деловых переговоров на иностранном языке с предварительной подготовкой и спонтанно;</p> <p>- критически оценивать информацию, делать заключения; вести беседу на темы, близкие к изученным темам.</p>	<p>explain what an audit is? Work in pairs, discuss your ideas. Imagine you were going to negotiate the terms on a PESTEL analyses of Frezma 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>Задание # 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>
Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)	3. Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.	<p>Знать: - основы взаимодействия между членами коллектива в команде;</p> <p>- приемы убеждения, аргументации, выражения точки</p>	<p>Задание # Act a telephone talk between you and an HR Manager. 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>Phrases to use <i>Student A (an applicant):</i> Can I speak to To begin with It appears that On the one hand On the other hand</p> <p><i>Student B (HR manager):</i> What can I do for you? Well, I suppose you can always Look here! There is nothing to worry about! I was glad to help you!</p> <p>Задание #</p>

		<p>зрения на иностранном языке;</p> <p>- основы риторики публичной речи.</p> <p>Уметь:</p> <p>- выразить позицию коллектива и собственную позицию на иностранном языке,</p> <p>- систематизировать и обобщить позицию команды;</p> <p>- анализировать и синтезировать материал, выступать публично с презентациями и докладами;</p> <p>- выбрать наиболее оптимальное решение из предложенных вариантов и аргументировать правильность выбора.</p>	<p>Comment on the presentation given by your groupmates. Activate useful phrases that are demanded in the situations of commenting.</p> <p>Задание # Give a presentation on the following topic using the format recommended in your textbook.</p> <p>Задание # Roleplay the dialogue in your office with an angry customer who had his on-line access to your services blocked. Apologize for the inconvenience but do not accept responsibility.</p> <p>Задание # Write a formal e-mail to your colleague confirming the issues you've agreed during the negotiations.</p> <p>Задание # 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>Задание # Choose a brand and make notes for each of these points:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identify who the target audience is and what their wishes and desires are. - Select two unique benefits that make the brand distinctive and attractive to consumers. - Explain who the main competitors are and what advantages your chosen brand has over their brands.
Способность применять	4. Демонстриру	Знать:	Задание #

<p>знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)</p>	<p>ет владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.</p>	<p>- лексико-грамматические и стилистические ресурсы иностранного языка;</p> <p>- академическую лексику и основы написания статей, рефератов, обзоров литературы;</p> <p>- правила речевого этикета.</p> <p>Уметь:</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</p>	<p>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 below. Continue the conversation asking more questions.</p> <p>Задание #</p> <p>1. What is the difference between cash payment, payment on invoice, documents against payment (D/P), payment by irrevocable letter of credit?</p> <p>Prepare the literature review on the issue.</p> <p>Задание #</p> <p>Practice social language in the following situations:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Greeting a visitor at the reception desk • Making a small talk after the meeting • Saying goodbye at the end of the meeting <p>Задание #</p> <p>Complete the texts. Replace the Russian words and phrases by the English equivalents. Retell the text following the certain rules of academic style.</p> <p>Forms of Promotion: Public Relations</p> <p><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>Задание #</p>
--	--	---	--

		учетом регистров общения.	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.
Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)	5. Грамотно и эффективно пользуется иноязычными и источниками информации.	Знать: - основные правила синтеза и анализа информации, правила использования различных технических средств с целью извлечения информации; 	

A(/)R
Aud
Bal
SG&A

<p>достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)</p>	<p>речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.</p>	<p>- структуру и особенности написания эссе, деловых писем, отчетов, презентационных материалов на основе проведенного поиска/исследования.</p> <p>Уметь:</p> <p>- критически оценивать информацию, делать заключения;</p>	<p>управленческом учете.</p> <ol style="list-style-type: none"> Никто не ожидал, что компания окажется не эффективной. Кого в вашей компании считают лучшим в организации системы контроля? <p>Задание # 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"> explaining how you investigated the reasons giving details of what you discovered suggesting a way of dealing with the situation. <p>Задание # 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. Title Paragraph 1. Who is this businessman and what is he/she best known for? Paragraph 2. Biographical information: when and where born/ family life/ important points in life. Paragraph 3. What was his/ her message? What were his/her influential thoughts/ findings etc.? Paragraph 4. Why do you think this person is important? List of possible characters – famous scientists: Adam Smith, John Maynard Keynes, Steve Jobs....</p>
---	---	---	---

		<p>- производить письменные/устные речевые высказывания на иностранном языке.</p>	<p>Reporting the results of a survey Read the results of this survey on businesses' role in protecting the environment and write a short summary of the results.</p> <p>Phrases to be used <i>Results of the survey indicate that while.....</i> <i>The survey also revealed that ...</i> <i>Only a small minority of the respondentsconsidered this factor to be</i> <i>Respondents attached some importance ...</i> <i>Finally were in favour of the ... while ... opposed</i></p> <p>Задание # 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>Знать: - профессиональную терминологию на иностранном языке,</p>	<p>Задание # 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 ¹..... of building businesses using technology and creating their own digital marketing ²..... Nowadays, the first stop for consumers tends to be the internet, so if your company does not have the right ³..... 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</p>

		<p>- актуальные направления научных исследований в сфере менеджмента.</p>	<p>d dumps 3 a devices b mining c analysis d tools</p> <p>Задание # Feedback statistics on use of artificial intelligence (AI) in business processes</p> <table><tr><td>Ques tions</td><td>Co mp any A (se rvi ce co mp any)</td><td>Co mp any B (on lin e tra der)</td><td>Com pany C (ma nufa c- turer)</td><td>Co mp any D (ret aile r)</td><td>Co mp any F (ste el wo rks)</td></tr><tr><td>Did you use AI?</td><td>95 %</td><td>10 0%</td><td>45%</td><td>94 %</td><td>35 %</td></tr><tr><td>Was it a bad exper ience ?</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> <p>Задание # 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>	Ques tions	Co mp any A (se rvi ce co mp any)	Co mp any B (on lin e tra der)	Com pany C (ma nufa c- turer)	Co mp any D (ret aile r)	Co mp any F (ste el wo rks)	Did you use AI?	95 %	10 0%	45%	94 %	35 %	Was it a bad exper ience ?	8%	5%	10%	30 %	76 %
Ques tions	Co mp any A (se rvi ce co mp any)	Co mp any B (on lin e tra der)	Com pany C (ma nufa c- turer)	Co mp any D (ret aile r)	Co mp any F (ste el wo rks)																
Did you use AI?	95 %	10 0%	45%	94 %	35 %																
Was it a bad exper ience ?	8%	5%	10%	30 %	76 %																
		<p>Уметь: - применять профессиональную терминологию в ходе профессиональной коммуникации на иностранном языке, - охарактеризовать отдельные направления</p>																			

		научных исследований в сфере менеджмента.	<p>Задание # Web-quest. Get acquainted with the definitions below and surf the Internet to find extra information about the scientists (“founding fathers”) of these management scientific fields or schools. Share your findings with the group.</p> <ul style="list-style-type: none"> • emotional intelligence: the ability to keep one’s emotions under control and show understanding for others • competency: having reached a level of possessing enough skill or knowledge to do something to a satisfactory standard • motivation: eagerness and willingness to do something without needing to be told or forced to do it
Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению при решении профессиональных задач (ПКП-1)	2. Реализует способность адаптировать и обобщать результаты современных научных исследований для осуществления научной исследовательской работы в бакалавриате	<p>Знать: - актуальные направления исследований в области менеджмента, предпосылки и последствия их реализации.</p> <p>Уметь: - выявлять взаимосвязи явлений в ходе управленческой деятельности;</p>	<p>Задание # 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>Задание # 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</p>

		<p>- критически оценивать причинно-следственные отношения в общении с подчиненными.</p>	<p>are often run on ethanol made of sugar cane.</p> <p>Decide if the following sentences are true (T) or false (F).</p> <p>1.They are in the energy business and use renewable sources to supply electricity.</p> <p>2 They need talented university graduates who speak several languages.</p> <p>3 They have expectations about appraisals, promotions and pay rises.</p> <p>Задание #</p> <p>Analise 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», «Управление продуктом»

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 эссе (одно из заданий теста текущего контроля):

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. 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. Organizations should increasingly adopt the use of compliance controls.

6. Management accounting, cost accounting and controlling are one and the same thing.
7. Internal fraud threatens the life of business.
8. Financial ratios are one of the best and simplest ways to set an objective performance standard
9. Overhead analysis gives you an opportunity to affect your financial statements
10. Nowadays employers demand a combination of knowledge, skills and behaviour, the ability to perform a specific role

Типовые контрольные задания и материалы

Примерные вопросы для подготовки к экзамену

Профиль «Менеджмент в спорте»

1. What is meant by sport management?
2. What sport management functions can be identified?
3. What is planning?
4. What is organising?
5. What skills does effective organising require?
6. What principles of organisation are commonly followed in sport organisations?
7. What does leading involve?
8. What leadership styles are there in management?
9. What are the traits of effective leaders?
9. Is controlling a comprehensive management concept?
10. Define the ways in which management of sports organizations must act at all levels of management.
11. What are traditional types of organisational structure?
12. Where are matrix structures used? Give an example of any sport organisation.
13. Name motivation theories you know (McClelland & Atkinson's, Weiner's Herzberg's work, Maslow's theories) and dwell briefly on each.
14. What are the key steps of strategic planning in sports organizations?
15. What are the key elements in the organisation of a major sporting event?
16. What are essential requirements for a city to be chosen to organise a major sporting event?
17. What is meant by risk management?
18. What kinds of risk management do you know?
19. What is the difference between compliance and operational risk?
20. What are the key steps of strategic planning in sports organisations?
21. What are key policies and procedures of strategic planning in sports organizations?
22. What is a specific skill set of strategic planning in sports organizations?
23. What is meant by SWOT analysis?
24. What does Porter's Five Forces model allow you to assess?
25. What is the purpose of management accounting?
26. What is the difference between financial accountancy information and management accounting information?

27. What are the three areas of management accounting?
28. What are the functions of accounting programs?
29. What is meant by good cash flow forecasting?
30. What do you understand by taxes?

Примерные темы для эссе (одно из заданий теста текущего контроля):

1. The competitive market requires strategic decisions from sport managers.
2. Strategic management affects the entire organization.
2. The most fundamental skills you need to be successful as a management accountant in sport industry are an aptitude for and interest in numbers, math, business and production processes rather than leadership and management skills.
3. Creating a budget is a crucial first step for a team treasurer.
4. Decision-making skills as well as people skills and communication skills are among the most critical skills a sports manager must have to exercise organising function effectively.
3. Motivation in a sporting environment can be defined as a desire that drives and directs behavior.
4. Successful sport finance management is dependent on making intelligent decisions that will maximize value for organizations.
5. Motivation helps players overcome many challenges, including losses, injuries, and setbacks and stay focused on their goals.
6. Having a supportive network can help players stay motivated.
7. Finding inspiration can help players stay motivated.
8. Multiple reporting relationships is a characteristic of a matrix structure in organizations.
9. Puma and Adidas place a stronger emphasis on direct-to-consumer channels in their organizational structure.
10. Management accounting is able to help a company gain competitive advantage.

Типовые контрольные задания и материалы

Примерные вопросы для подготовки к экзамену

Профили «Маркетинг»

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», «Управление продуктом»

1. Выполните ситуационное задание (50 баллов)

Getting prepared for the exam you review the material studied. You concentrate on the following questions:

1. *What types of decisions do usually managers make?*
2. *What processes are essential for strategic management?*
3. *What is the primary force influencing corporate governance?*
4. *Why might a business aim to improve employee welfare?*
5. *Why has climate change been dubbed a "threat multiplier" by risk experts?*

2. Выполните лексико-грамматическое задание по пройденной тематике (10 баллов)

In management there are sometimes short-term ...1..., the decline continue. It is not that the machine ...2... and needs to be fixed. The problem was that the firm is not like a machine at all. It is a different kind of entity. It is a ...3... adaptive system. In the early 2000s, some firms began trying something different. At that time, they were mainly small, ...4... startups, like Amazon, Google, and the Facebook. They began to reform management, creating ...5... of management for a new age. Their principles stem from Peter Drucker's dictum of 1954 that "there is only one purpose of a corporation: ...6... a customer." After years of neglect this dictum is now becoming a reality.

There has a paradigm shift in management. It ...7... apparent that the firm is not the center of the ...8... . In fact, it is the opposite: it is the customer or ...9... who is at the center of the 21st century universe. The firm has shifted from ...10... to being complex.

	A	B	C	D
1	gain	gaining	gains	gained
2	are broken	broke	is broken	is broking
3	complex	complexity	complete	completion
4	knowing	unknown	know	knew
5	a different concepts	a different concept	a difficult concept	to differ concept
6	create	to create	created	creating
7	have become	become	became	has become
8	commercial university	commerce	commercial union	commercial universe
9	use	using	users	user
10	be complicated	being complicate	being complicated	complicated

Пример задания для зачета

Профиль «Менеджмент в спорте»

1. Выполните ситуационное задание (50 баллов)

Getting prepared for the exam you review the material studied. You concentrate on the following questions: What does an organisation chart outline? What are traditional types of organisational structure? Where does matrix organisational structures exist?

2. Выполните лексико-грамматическое задание по пройденной тематике (10 баллов)

Read the text below. Choose the correct word from A, B, C, or D for each question 11-20 and mark one letter.

Successful teams ... (1) ... strong leaders and the importance of this role is evident in all categories of sports. The ... (2) ... of a leader is very clear in interactive games and during matches. Although less obvious in co-active situations, the leader's contribution to the effectiveness of ... (3) ... performance is also influential. The world of sport has three ... (4) ... styles of coaching: autocratic, democratic and laissez-faire.

Autocratic leaders ... (5) ... all-powerful and absolute decision-making. In fact, this ... (6) ... style controls all kinds of decisions and seldom receives input from other group members. They always try to accomplish things ... (7) They are focused on ... (8) ... and often display a tough attitude during training or doing other tasks such as press conferences. Although the autocratic leader breeds indifference, apathy, and sometimes hostility among his group, he could ... (9) ... with a group of older players. This is because they have the experience and maturity to understand why strict instructions ... (10) ... regarding certain situations.

	A	B	C	D
1	has	having	are having	have
2	performance	results	incentives	profitability
3	a teams	a team's	teams'	a teams'
4	generally accept	generally accepting	generally acceptance	generally accepted
5	leader	lead	leadership	leading
6	believes in	are believe in	believe in	believe
7	instant but efficient	more instant but more efficient	the most instant but the most efficient	instantly but efficiently
8	winning	win	to win	to winning
9	be effective	be effectively	to be effective	effective
10	is issued	are issued	issued	being issued

Пример задания для зачета

Профили «Маркетинг», «Логистика»

1. Выполните ситуационное задание (50 баллов)

Getting prepared for the exam you review the material studied. You concentrate on the following questions: 1) Name motivation theories you know and dwell briefly on each. 2) Say what the time horizon is? How does the time horizon for planning change from the top level to the supervisory level? 3) Define how the efficiency of corporate governance can be achieved. 4) What a compliance risk is and how can managers mitigate it?

2. Выполните лексико-грамматическое задание по пройденной тематике (10 баллов)

Read the text below. Choose the correct word from A, B, C, or D for each question 11-20 and mark one letter.

An organizational structure is a system that outlines how certain ..1.. are directed in order to ..2.. the goals of an organization. These can include rules, roles, and ..3...

The organizational structure also determines how information flows between levels within the company. For example, in a centralized structure, decisions flow from the ..4.. down, while in a decentralized structure, decision-making power is ..5.. among various levels of the organization. Having an organizational structure in place allows companies to remain ..6.. and focused.

Businesses of all shapes and sizes use organizational structures heavily. They define a specific ..7.. within an organization. A successful organizational structure defines each employee's ..8.. and how it fits within the ..9.. system. Put simply, the organizational structure lays out who does what so the company can ..10.. its objectives.

	A	B	C	D
1	actions	activities	doings	deeds
2	achieve	reach	get	gain
3	performance	authorities	responsibilities	activities
4	upper	senior	top	boss
5	taken	sent	spread	distributed
6	efficient	effected	effectual	favourable
7	hierarchy	order	ranking	arrangement
8	work	title	job	working
9	over	whole	all	overall
10	meet	gain	implement	get

Пример экзаменационного билета

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финансовый университет) Кафедра английского языка и профессиональной коммуникации		
Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» Форма обучения очная Семестр 6 Направления 38.03.02 Менеджмент Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Управление продуктом»		
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № ...		
1. Прочтите текст, проанализируйте его и сделайте реферирование (30 баллов). 2. Проведите анализ предложенного мини-кейса (30 баллов).		
Доцент	Подготовила:	ФИО
	Утверждаю: Заместитель руководителя Кафедры языковой подготовки	ФИО
	« » апреля 20__ г.	
Утверждено на заседании Совета Кафедры английского языка и профессиональной коммуникации		
Протокол № от « » 20 г.		

Пример экзаменационных заданий

Профили «Финансовый менеджмент», «Менеджмент и управление бизнесом», «Управление продуктом»

Вопрос 1. Прочитайте и проанализируйте текст «Motivation theories». Сделайте краткое реферирование материала текста (30 баллов).

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. Проведите анализ предложенного мини-кейса по теме «Evaluating the potential of a new idea». (30 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

Профиль «Менеджмент в спорте»

Вопрос 1. Прочитайте и проанализируйте текст «Motivation theories».

Сделайте краткое реферирование материала текста (30 баллов).

In today's society there is a large amount of money that circulates within sports associations. Sport is becoming more commercialised and elite teams can have many sources of income, for example sponsorship, funding, membership fees, ticket sales and transfers. With the amount of money involved, the sports associations are transforming from a tradition of being non-profit associations towards becoming more like regular businesses. This results in a great need for management accounting within sports organizations.

Management accounting is the practice of identifying, measuring, analyzing, interpreting, and communicating financial information to managers for the pursuit of a sports organization's goals.

Management accounting differs from financial accounting because managerial accounting information is aimed at helping managers make well-informed business decisions on the direction of the company.

The primary tool of management accounting is the budget. Budgets are extensively used as a quantitative expression of the company's plan of operation. Management accountants utilize performance reports to note deviations of actual results from budgets. The positive or negative deviations from a budget also referred to as budget-to-actual variances, are analyzed in order to make appropriate changes going forward.

There can be a budget for the overall association that is subsequently broken down to respective areas. Hence, every department of a sports organization can have its own budget. Some sports associations make budgets for each game, and each game is considered as its own market. This means a sports organization can easily evaluate and follow up its work, and there is continuity in follow-ups. The organizations work with monthly plans and accounts, and this is where it follows up the budget and prognosticates.

Management accounting is used for planning, decision-making, and controlling. These are the three pillars of the field. In addition, forecasting and performance tracking are key components.

Вопрос 2. Проведите анализ предложенного мини-кейса по теме «Leadership Theory and Ownership Succession in the National Football League: The Case of the Cincinnati Bengals». (30 баллов)

Background: The fans in Cincinnati are angry. They have just witnessed another disappointing football season, the 23rd since Mike Brown became the owner of the

team. Mike Brown's football team has shown historically poor performance with eight and nine straight game losing streaks to begin the season on multiple occasions.

Available Information:

- To make matters worse, this was the same number of seasons that his father and Hall of Famer, Paul Brown, owned the team.
- While Paul Brown's work was marked by a record playoff appearance and two trips to the Super Bowl, his son Mike Brown's tenure was characterized by seasonal failures.

Do the fans and press have a right to be angry and demand a change in leadership? Consider different leadership styles. Use knowledge of the leading function of management.

Your decision:

(oral explanation)

Пример экзаменационных заданий

Профили «Маркетинг»

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.

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

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: 24.09.2024). — 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. - 2024. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/951879> (дата обращения: 24.09.2024). — Текст : электронный.
3. Мельничук, М.В. Английский язык: Спортивный менеджмент = English for Students Majoring in Sports Management: учебник для направления бакалавриата "Менеджмент" / М.В. Мельничук, Д.Г. Васьбиева, О.А. Калугина; под общ. ред. М.В. Мельничук; Финуниверситет. — Москва: Кнорус, 2023. — 184 с.: ил. — (Бакалавриат). — ISBN 978-5-406-10645-7. - Текст : непосредственный. — То же. - ЭБС BOOK.ru. - URL:

<https://book.ru/book/946257> (дата обращения: 24.09.2024). — 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: iyvpr_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. Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ)
<http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека
ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium
<http://www.znanium.ru/>
- Электронно-библиотечная система 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/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу
издательства Henry Stewart Talks <https://hstalks.com/business/>
- Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management
Collection <https://hstalks.com/business/journals/>
- CNKI. Academic Reference <https://ar.oversea.cnki.net/>
- CNKI. China Academic Journals Full-text Database
<https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ>
- JSTOR Arts & Sciences I Collection <http://jstor.org>
- Emerald: Management eJournal Portfolio
<https://www.emerald.com/insight/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press
<https://academic.oup.com/journals/>
- Справочная правовая система «Консультант Плюс»
<https://www.consultant.ru/>
- Справочная правовая система «ГАРАНТ» <https://www.garant.ru/>
- Электронные коллекции книг и журналов издательства Springer:
<http://link.springer.com/>
- База данных научных журналов издательства Wiley
<https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 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

Greeting, Name, Position	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 ...
Signposting phrases Title/Subject	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 ...
Reference to the audience	I can see many of you are aware of ... You all look as though you've heard this before.
Duration	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.
Main points	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:...
Questions	Please, stop me if you have any questions. If you have any questions, I’d be pleased to answer them at the end of the presentation. If you have any questions, please feel free to interrupt.
Signaling phrases	<u>Introducing your first point:</u> To start with..., then, I’d like to consider... First of all, I’d like to look at... Finishing the point: That’s all I have to say about... These are the main points on ... So that’s the general picture for... and now let’s look at... <u>Starting a new point:</u> Now let’s turn to...

	<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>
Summarizing phrases	<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>
Conclusion	<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>
Questions	<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>
Thanking	<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 потребуется 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

перечь необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1.Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Astra Linux.
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.