

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

**Кафедра иностранных языков и межкультурной коммуникации
Факультет международных экономических отношений**

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью
Организация: Финансовый университет при Правительстве РФ
Утверждено: Проректор по учебной и методической работе Е.А. Каменева
Сертификат: 0bNA31jV4spK9DqrYcPHifTmn3D7AxIA
Дата: 08.10.2025 г.

И.И. Климова, Е.Ю. Белозёрова

Английский язык: основы деловой коммуникации

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки:

38.03.01 - Экономика,

Образовательная программа «Международная экономика и торговля (с углубленным изучением экономики Китая и китайского языка)»

Профиль:

«Международная экономика и торговля (с углубленным изучением экономики Китая и китайского языка)»

Рекомендовано

*Факультет международных экономических отношений
(протокол № 3 от 16.12.25 г.)*

Одобрено

*Кафедра иностранных языков и межкультурной коммуникации
(протокол № 20 от 20.11.2025 г.)*

© Москва 2026

СОДЕРЖАНИЕ

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	8
4.	Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	8
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	9
5.1.	Содержание дисциплины	9
5.2.	Учебно-тематический план	11
5.3.	Содержание семинаров	12
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	14
6.1.	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	14
6.2.	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	22
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	36
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	53
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	54
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	55
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	74
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	75

1. Наименование дисциплины

«Английский язык: основы деловой коммуникации».

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

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
УК-2	Способность применять нормы государственного языка Российской Федерации в устной и письменной речи в процессе личной и профессиональной коммуникаций	Использует информационно - коммуникативные ресурсы и технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации	знать: различные формы, виды устной и письменной профессиональной и академической коммуникации на иностранном языке; диалогические и монологические формы коммуникации и их особенности; приемы техники чтения уметь: использовать стилистические, грамматические и словарные технологии оформлением на письме и в устной речи результатов профессионально-делового общения; задавать и отвечать на вопросы при диалогическом способе общения для академического и профессионального взаимодействия
		Ведет деловую переписку, учитывая особенности официально делового стиля и речевого этикета	знать: оформление представления профессиональной и исследовательской деятельности в устной и письменной форме; виды письменных текстов, в том числе деловых писем, и устных выступлений уметь: адекватно использовать языковые нормы профессионально-делового общения в письменной и устной коммуникации; пользоваться общепринятыми формами профессионально-делового общения и понимать их анализировать профессионально значимые вопросы
		Ведет деловые переговоры на государственном языке	знать: международные и отечественные требования к

		Российской Федерации	содержанию и оформлению исследовательской работы;структуру презентации и статьи на профессионально-деловую тему уметь: кратко излагать прочитанное;использовать технику презентаций исследовательской деятельности;применять терминологию в пределах профессионально-деловой тематики общения
		Использует лексико-грамматические и стилистические ресурсы на государственном языке Российской Федерации в зависимости от решаемой коммуникативной, в том числе профессиональной, задачи.	знать: правила речевого поведения в профессионально-деловом общении;языковые приемы сегментации высказывания;приемами ведения дискуссии и представления различных точек зрения на обсуждаемую тему;типы аннотаций;приёмы написания научных статей уметь: структурировать презентацию или статью с результатами исследования - подбирать и выделять терминологическую основу изложения исследования;составлять аннотацию исследования;кратко излагать содержание специальных статей;оформить свою точку зрения о прочитанной литературе и понять чужую
УК-3	Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности	Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации	знать: значения лексических единиц, используемых при общении в межличностной и общепрофессиональной сфере деятельности на иностранном языке;лексико-грамматические особенности общения в межличностном и профессиональном контексте;грамматические структуры иностранного языка, которые используются в устном и письменном межличностном и общепрофессиональном общении. уметь: выбирать вербальные и невербальные средства

			коммуникации, соответствующие ситуации межличностного и профессионального общения
		Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникативные технологии	знать: особенности общения на иностранном языке; устойчивые лексические маркеры успешной коммуникации, направленной на достижения конкретных целей; фонетическую базу иностранного языка; грамматические структуры иностранного языка, которые используются в устном и письменном межличностном и общепрофессиональном общении. уметь: применять лексико-грамматические навыки устного общения и письма на иностранном языке; извлекать информацию при восприятии на слух монологических и диалогических высказываний на иностранном языке в соответствии с конкретной задачей, как при непосредственном общении, так и в аудио/видеозаписи.
		Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.	знать: стили устной речи на иностранном языке, используемые при публичном выступлении, правила подготовки и способы представления выступления. уметь: применять знания о особенностях публичной речи в профессиональном контексте; составлять плана доклада и презентации; составлять тезисов устного сообщения или доклада.
		Демонстрирует владение основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.	знать: правила речевого этикета в зависимости от контекста общения, особенности культур, стили устной речи (разговорный, деловой). уметь: выстраивать устную (монологическую и диалогическую) речь на иностранном языке в межличностном общении и профессиональной деятельности в соответствии с коммуникативной задачей
		Грамотно и эффективно пользуется иноязычными	знать: правила чтения на иностранном языке, грамматические

		источниками информации.	структуры иностранного языка, которые используются в иноязычных источниках информации. уметь: извлекать информацию при чтении научной и справочной литературы на иностранном языке в соответствии с поставленной целью;использовать средства массовой коммуникации, Интернет-ресурсы в поиске информации, на русском и иностранном языке, необходимой для решения учебной задачи.
		Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей	знать: правила орфографии, правила построения письменного высказывания в соответствии с поставленной коммуникативной задачей. уметь: работать со словарями на русском и иностранном языке;составлять план письменного высказывания;выбирать лексических единиц и грамматических конструкций, подходящих стилю письменного высказывания.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Английский язык: основы деловой коммуникации» относится к «Предпрофильному профессиональному циклу».

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

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 5 (в часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа-Аудиторные занятия	68	68
Лекции	0	
Семинары, практические занятия	68	68
Самостоятельная работа	40	40
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

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

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Деловое общение в профессиональном контексте.

Понятие деловой коммуникации и предмет деловой коммуникации в современных условиях. Виды и формы деловой коммуникации, модели коммуникации. Понятие коммуникативной компетентности и её уровни. Коммуникативные барьеры в деловом общении и способы их преодоления. Деловой этикет и межкультурные коммуникации, национальные особенности протокола и этикета. Этикет при встрече: представление, визитные карточки, начало делового разговора. Налаживание деловых связей и знакомств (Networking). “Small talk” как неотъемлемый компонент делового общения с представителями англоязычных культур.

Тема 2. Письменные формы деловой коммуникации.

Стиль и оформление делового письма. Виды деловых писем. Особенности эффективного стиля письма: четкая структура, логика изложения, полнота языкового выражения, связность, ясность. Внутренние документы компании: E-mail, служебные записки (memos), деловые предложения, отчеты. Стратегии написания писем негативного содержания (письма-отказы, письменные претензии и жалобы). Письма по кадровым вопросам: резюме/CV, сопроводительное письмо. Убеждающие письма (письма-предложения и рекламно-информационные письма). Основные направления совершенствования навыков грамотного письма. Правила пунктуации.

Тема 3. Устные формы деловой коммуникации.

Публичное выступление и презентация - сходства и отличия. Этапы подготовки и сценарий публичного выступления. Стратегии эффективного выступления. Механизмы воздействия. Образцы убеждающих речей. Правила составления убеждающей речи. Презентация как вид делового общения. Виды презентаций по цели: информирующие и убеждающие. Информационный, психологический, коммуникативный и технический аспекты презентации. Критерии успешной презентации.

Тема 4. Переговорный процесс.

Виды переговоров. Мотивы и условия проведения переговоров. Этапы переговоров. Различные модели переговоров. Тактика ведения переговоров. Правила эффективной

аргументации. Механизмы воздействия. Правила составления убеждающей речи. Значимость аргументов в зависимости от культурно-национальных характеристик аудитории. Основные типы аргументов: сильные и слабые, логические и эмоциональные. Интернационализация форм общения в условиях глобализации общества. Ведение переговоров с представителями разных культур.

Тема 5. Деловое совещание.

Виды, типы и классификация деловых совещаний. Подготовка, организация и проведение деловых совещаний. Этапы и технологии ведения делового совещания. Эффективный обмен информацией и каналы коммуникации: вербальный, вокальный и невербальный. Практические аспекты завоевания внимания аудитории. Способы поддержания внимания аудитории. Понятие “active listening” во время деловых встреч. Обратная связь: значение, важность, процесс и типы. Конфликты и стрессы в деловом общении.

5.2. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем(разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоя тельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практическ ие занятия	
1	Деловое общение в профессиональном контексте.	22	14	0	14	8
2	Письменные формы деловой коммуникации.	20	12	0	12	8
3	Устные формы деловой коммуникации.	22	14	0	14	8
4	Переговорный процесс.	22	14	0	14	8
5	Деловое совещание.	22	14	0	14	8
	Итого	108	68	0	68	40

5.3. Содержание семинаров

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Деловое общение в профессиональном контексте.	Виды и формы деловой коммуникации, модели коммуникации. Понятие коммуникативной компетентности и её уровни. Коммуникативные барьеры в деловом общении и способы их преодоления. Деловой этикет и межкультурные коммуникации, национальные особенности протокола и этикета. Этикет при встрече: представление, визитные карточки, начало делового разговора. Налаживание деловых связей и знакомств (Networking). “Small talk” как неотъемлемый компонент делового общения с представителями англоязычных культур.	Семинары с применением видео- и аудиоматериалов. Практическое занятие с элементами дискуссии. Выполнение практико-ориентированных заданий. групповые обсуждения вопросов. Речевой тренинг.
Письменные формы деловой коммуникации.	Стиль и оформление делового письма. Виды деловых писем. Особенности эффективного стиля письма: четкая структура, логика изложения, полнота языкового выражения, связность, ясность. Внутренние документы компании: E-mail, служебные записки (memos), деловые предложения, отчеты. Стратегии написания писем негативного содержания (письма-отказы, письменные претензии и жалобы). Письма по кадровым вопросам: резюме/CV, сопроводительное письмо. Убеждающие письма (письма-предложения и рекламно-информационные письма).	Семинары с применением видео- и аудиоматериалов. Совместное обсуждение терминологии и лексики по теме при работе с различными видами деловых предложений. Выполнение письменных заданий по изучаемой теме.
Устные формы деловой коммуникации.	Публичное выступление и презентация - сходства и отличия. Этапы подготовки и сценарий публичного выступления. Стратегии эффективного выступления. Механизмы воздействия. Образцы убеждающих речей. Правила составления убеждающей речи. Презентация как вид делового общения. Виды презентаций по цели: информирующие и убеждающие. Информационный, психологический, коммуникативный и технический аспекты презентации. Критерии успешной презентации.	Семинары с применением видео- и аудиоматериалов. Индивидуальные выступления с презентациями. Речевой тренинг.
Переговорный процесс.	Виды переговоров. Мотивы и условия проведения переговоров. Этапы переговоров. Различные модели переговоров. Тактика ведения переговоров. Правила эффективной аргументации. Механизмы воздействия. Правила составления	Семинары с применением видео- и аудиоматериалов. Участие в ситуативном задании.

	убеждающей речи. Значимость аргументов в зависимости от культурно-национальных характеристик аудитории. Основные типы аргументов: сильные и слабые, логические и эмоциональные. Интернационализация форм общения в условиях глобализации общества. Ведение переговоров с представителями разных культур.	Групповые дискуссии на основе моделирования ситуаций по изучаемой теме.
Деловое совещание.	Виды, типы и классификация деловых совещаний. Подготовка, организация и проведение деловых совещаний. Этапы и технологии ведения делового совещания. Эффективный обмен информацией и каналы коммуникации: вербальный, вокальный и невербальный. Практические аспекты завоевания внимания аудитории. Способы поддержания внимания аудитории. Понятие “active listening” во время деловых встреч. Обратная связь: значение, важность, процесс и типы. Конфликты и стрессы в деловом общении.	Семинары с применением видео- и аудиоматериалов. Участие в ситуативном задании. Дискуссии на основе моделирования ситуаций по изучаемой теме.

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

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

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Деловое общение в профессиональном контексте.	Этикет в деловой жизни. Поведенческий и речевой этикет. Эффекты восприятия. Имидж и его влияние на успех фирмы и бизнеса. Этика и этикет в отношениях руководителя и подчиненных, мужчин и женщин внутри компании. Выбор и преподнесение сувениров и подарков. Деловой этикет в сетевых коммуникациях.	Обязательная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя: 1. Выполнение заданий, предусмотренных в учебных пособиях – ответы на контрольные вопросы по деловому поведению и речевому этикету; – анализ ситуаций, связанных с нарушением норм этикета; – выполнение упражнений по определению эффектов восприятия и их влияния на имидж делового человека. 2. Работа с мультимедийными средствами – просмотр обучающих материалов по деловому этикету и культуре общения; – анализ видеопримеров поведения руководителя и подчинённых; – разбор примеров имиджевых ошибок и успешных имиджевых решений. 3. Создание письменных и

		практических материалов– составление памятки по правилам поведенческого и речевого этикета;– подготовка рекомендаций по этике взаимодействия мужчин и женщин в компании;– разработка списка правил выбора и преподнесения деловых подарков;– подготовка мини-отчёта о влиянии имиджа на успех фирмы;– составление правил делового сетевого общения (e-mail, мессенджеры, соцсети).4. Разбор кейсов– анализ конфликтных и спорных ситуаций, связанных с нарушением делового этикета;– определение корректных вариантов поведения руководителя и сотрудников;– оценка уместности подарков в конкретных деловых контекстах;– разбор примеров коммуникационных ошибок в сетевом общении и предложения по их исправлению.
Письменные формы деловой коммуникации.	Правила пунктуации. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма. Внутренние документы компании: правила написания протоколов совещаний (the minutes). Убеждающие письма (письма-предложения и рекламно-информационные письма).	Обязательная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя:1. Выполнение заданий, предусмотренных в учебных пособиях–

		упражнения по пунктуации;– выполнение заданий на редактирование текстов;– анализ типичных ошибок письменной деловой речи.2. Работа с мультимедийными средствами– просмотр обучающих материалов по деловому письму;– выполнение интерактивных заданий по структуре и оформлению писем;– анализ образцов реальных деловых документов.3. Создание письменных документов и практических работ– составление протокола совещания (minutes) по предложенной ситуации;– редактирование черновой версии внутреннего документа;– написание убеждающего письма (письма-предложения или рекламно-информационного письма);– составление памятки «Основные направления совершенствования навыков грамотного письма».4. Разбор кейсов– анализ примеров удачно и неудачно оформленных протоколов и писем;– выявление ошибок в структуре и
--	--	--

		аргументации деловой корреспонденции;– разработка рекомендаций по улучшению качества письменной коммуникации компании;– корректировка предложенных текстов с учетом пунктуационных правил и стиля.
Устные формы деловой коммуникации.	Невербальная составляющая презентации. Контакт с аудиторией. Методы вовлечения аудитории. Вопросы и ответы во время и после презентации. Сторителлинг как метод презентации. Понятие, правила и приемы сторителлинга. Всегда ли нужен сторителлинг?	Обязательная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя:1. Выполнение заданий, предусмотренных в учебных пособиях– ответ на контрольные вопросы о невербальных средствах презентации;– анализ примеров поведения докладчика на сцене;– выполнение упражнений по формированию навыков контакта с аудиторией.2. Работа с мультимедийными средствами– просмотр видеозаписей презентаций разных спикеров;– выявление невербальных приемов (жесты, мимика, позы, движение);– анализ успешных методов удержания внимания аудитории.3. Создание письменных и практических материалов– разработка плана презентации с

		выделением моментов вовлечения аудитории;– подготовка блока вопросов и ответов, включая трудные и провокационные;– составление краткого сторителлинга для выбранной темы (по правилам структуры истории);– подготовка мини-эссе: «Когда сторителлинг необходим, а когда — нет?».4. Разбор кейсов– анализ успешных и неудачных презентаций с точки зрения взаимодействия со слушателями;– определение ошибок в невербальном поведении спикера;– выбор подходящих приемов сторителлинга для разных типов презентаций;– разработка предложений по улучшению вовлеченности аудитории.
Переговорный процесс.	Проведение переговоров: структура и фазы. Начало переговоров. Работа с предположениями, разграничение важных и несущественных вопросов. Выбор максимально и минимально допустимых позиций. Определение интересов. Фаза поиска, определение линии поведения и конкретных задач. Завершение переговоров. Различные модели переговоров. Позиционные переговоры и интересы. Технические приемы ведения переговоров. Типичные ошибки при проведении переговоров. Модель переговоров, разработанная У. Мастенбруком. Принципиальные переговоры» Фишера и Юри.	Обязательная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя:1. Выполнение заданий, предусмотренных в учебных пособиях– ответы на контрольные вопросы;– разбор предложенных ситуационных

		примеров, касающихся структуры и фаз переговоров.2. Работа с мультимедийными средствами– просмотр и анализ видеозаписей профессиональных переговоров;– выполнение заданий по выявлению ошибок и успешных приемов переговорщиков.3. Создание письменных документов, связанных с подготовкой и проведением переговоров:– составление плана переговоров;– разработка таблицы «максимально/минимально допустимые позиции»;– подготовка списка ключевых интересов сторон;– составление сценария вступительной фразы и завершающего блока.4. Разбор кейсов– анализ практических ситуаций на определение интересов и позиций;– моделирование вариантов поведения сторон в фазе поиска;– выявление типичных ошибок при ведении переговоров и разработка способов их устранения.
Деловое совещание.	Основные типы конфликтов, возникающие в организациях. Конфликтное взаимодействие: процессы эскалации и деэскалации конфликта. Завершение конфликта и его основные формы. Преодоление психологического недовольства собеседника. Работа с возражениями, учет	Обязательная самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя:1. Выполнение заданий,

	контраргументации и критической позиции собеседника. Убеждающая модель общения. Договороспособность. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях.	предусмотренных в учебных пособиях– ответы на контрольные вопросы по типам конфликтов;– выполнение упражнений на определение стадии конфликта (эскалация/деэскалация);– разбор примеров взаимодействия оппонентов.2. Работа с мультимедийными средствами– просмотр видеоматериалов, иллюстрирующих конфликтные ситуации в организациях;– анализ поведения участников: выявление триггеров, ошибок, неверных стратегий.3. Создание письменных документов и аналитических материалов– составление карты конфликта (стороны, интересы, позиции, причины);– подготовка сценариев работы с возражениями и преодоления недовольства;– разработка списка эффективных и неэффективных стратегий поведения в конфликте;– оформление краткого отчета по убеждающей модели общения в деловых ситуациях.4. Разбор кейсов– анализ конфликтных
--	--	---

		ситуаций из практики организаций;– определение оптимальной стратегии поведения (соперничество, сотрудничество, компромисс, избегание, приспособление);– выявление условий договороспособности и путей достижения соглашения;– разработка предложений по деэскалации конфликта и его конструктивному завершению.
--	--	---

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

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся оцениваются по 100-балльной системе в соответствии с балльно-рейтинговой системой Финансового университета.

Результаты текущего контроля успеваемости в середине семестра вносятся в электронные ведомости текущего контроля успеваемости преподавателями, ведущими аудиторские занятия. Обучающийся, получивший от 7 до 20 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 6 баллов – не аттестованным.

Текущий контроль знаний, умений и владений в семестре (до промежуточной аттестации) осуществляется в виде оценочных мероприятий:

- выполнение контрольных работ
- выполнение письменных домашних заданий;
- выполнение лексико-грамматических тестов;
- устные опросы: монологические и диалогические высказывания;
- индивидуальное/групповое выступление с презентацией на заданную тему.
- проектные задания.

Текущий контроль успеваемости проходит в различной форме: ситуативное задание; индивидуальная презентация/групповая презентация; письменная контрольная работа, тестирование, аудио-тест. Промежуточный контроль проводится в форме экзамена, оценки итоговых знаний и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в модуле	40
2.	Экзамен	60
	Итого:	100

Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

№	Формы текущего контроля	Количество баллов
1.	Активная работа на семинарском занятии (в том числе блиц-опрос по теме)	12

2.	Посещение	6
3.	Выполнение заранее подготовленных для выступления на семинаре докладов, выступлений, (по перечню, предложенному преподавателем, ведущим семинары)	12
4.	Выполнение и защита контрольной работы	10
	Итого	40

Примеры заданий контрольной работы

Listening

Task 1. For questions 1-10 choose the correct option A, B or C.

1) What is the first principle for a transparent negotiating process?

- A. to be willing to compromise.
- B. to know the goal you want to attain.
- C. to know the limit at which you will walk away.

2) Most negotiators understand the value of evaluating your BATNA: _____

- A. Best alternative to a negotiated agreement.
- B. Best alternative to no agreement.
- C. Best alternative to a non-negotiated agreement.

3) What is your BATNA when one party offers less value than desired?

- A. Rejecting a proposal from the other party.
- B. The scope of the loss.
- C. Accepting the other party's offer.

4) Principle number three of a fair negotiation states that _____

- A. You need to be prepared.

B. You need to be assertive.

C. You need to offer something in return.

5) According to the fourth principle of negotiation, the negotiation process must include your ability to_____

A. work and trust the negotiation process.

B. offer something in return.

C. determine if a settlement is a possibility.

6) If the interests of the parties to a negotiation overlap, then _____

A. The agreement is not possible.

B. The parties can negotiate a settlement.

C. The negotiation will end in deadlock.

7) How can you prevent the emotional temperature of a meeting from escalating?

A. Remain silent.

B. Take a breather.

C. Be confrontational.

8) What does the speaker suggest doing when faced with bad behaviour?

A. Be assertive in your response.

B. Do not let it hinder a productive negotiation.

C. Ignore the improper conduct entirely.

9) What is the eighth principle for negotiating with integrity?

A. Adjust your demands and concessions.

B. Stay fixed on one set of concessions or demands.

C. Keep the big picture in mind.

10) What do seasoned negotiators realise?

- A. They are aware of their objectives and the end goal.
- B. They stay fixed on one set of concessions.
- C. They never alter their course.

Reading

Task 2. Read the text about first impressions, followed by five statements below. Which extract does each statement refer to? Mark one letter (A, B, C, D or E) beside each statement 1–5.

A	However hard we try, first impressions usually remain with us and affect every aspect of business: meetings, presentations, interviews, demonstrations, advertising and web design, for example. Research shows that it only takes a twentieth of a second for a person to decide if they like a webpage or not. So, if a potential customer takes against the site immediately, business will be lost, even if the product or service offered is second to none. First impressions are so powerful that they will often override whatever people may tell us to the contrary about a person.
B	Experts believe there are two thought systems in our brains. The first is fast, intuitive and emotional, and is involved in first impressions. The second is slower, more contemplative and logical. The former comes into play in that split-second when first seeing or hearing someone. Furthermore, we assess people according to our own social or business world, so if we feel that they will be useful to us, we will focus more on their positive aspects than their negatives. This is when the second system is brought into play so that snap judgements are balanced out.
C	Nevertheless, it is appearance that tends to blot out all other aspects in the first instance and, as people make up their minds about someone in the first four to seven seconds, then it is a no-brainer to ensure you look the part. If someone fits in with our idea of a trustworthy, good person, then we may lean towards a favourable view of them. Successful movers and shakers are able to leverage all their attributes to their greatest advantage when networking or making business deals.
D	When presenting yourself or your company to a roomful of people, the intonation and modulation of your voice can indicate how trustworthy people perceive you. For example, the first greeting can seal that first impression and determine whether the listener will want to continue the interaction. Research suggests that some voices just sound more trustworthy and pleasant. Experts have discovered that our ability to judge whether to approach someone is often based on the first utterance from them, has evolved over millennia and is used by all mammals.
E	Establishing credibility as quickly as possible is vital if business deals are to be successfully negotiated and sealed. Appearance, voice, gestures and mannerisms are all absorbed to create a first impression. Many people say that a strong handshake indicates a confident professional and it helps to confirm a good first impression. However, research has shown that confidence is not necessarily the most important characteristic we seek. Instead it seems that we are concerned mainly with two traits which account for between 80 and 90 per cent of first impressions: competence and trustworthiness.

1. Grooming and attire are extremely important for an initial contact.
2. First impressions often take precedence over factual knowledge.

3. Studies prove that initial impressions favour indications of knowhow and honesty.
4. Quick assessments of people are counteracted by a more thoughtful process.
5. People have an instinctive reaction to vocal sounds heard for the first time.

Task 3. Read the following article about marketing and ethics. For each question, mark one letter (A , B , C or D).

Corporate social responsibility and sustainability are ethical choices that companies make about how they do business. Current thinking indicates that, as a society, we are beginning to appreciate more fully that there must be limits to our consumption of natural resources, and that business activities must take greater account of this impact on society and economies, as well as the environment in which we live. It is well documented that the corporate sector is in a position of unparalleled dominance and that the global resources of a rising number of multinational companies dwarf many of the national economies in which they operate.

Market liberalisation and privatisation have created new global markets, and extended the role of the private sector in public services and civil infrastructure projects. As a result, businesses are now heavily involved in public policy issues throughout the world. For these reasons, businesses must be accountable - not just to shareholders but to consumers, employees and other stakeholders. This means that as corporations continue to grow in power, their responsibility grows too, increasing the number of ethical considerations they must face. Companies who ignore this development will increasingly find themselves challenged by different groups of stakeholders questioning the values and practices of businesses.

These issues present major challenges for the role of marketing, and an opportunity for a timely response for individual marketers to consider what this means in their day-to-day work. Marketing is the guardian of the brand, so a company's marketing team must be able to take account of how social and cultural changes impact on the health of the brand. How is this to be addressed by marketers? How widely does marketing engage with the company's stakeholders? A more holistic, inclusive approach across the business is required to safeguard the brand's intangible assets of trust, goodwill and long-term value to the business. Marketers may aim to establish whether they can connect with customers in a way that extends the marketer's role beyond merely communicating the offer to prospective buyers. Marketing's role could well come to be

seen more broadly in terms of connecting with stakeholders not only in terms of value, but values.

In a world where intangible assets and corporate reputation are critical components of corporate success, it is inevitable that these newer approaches to marketing are becoming involved with ethics and sustainability issues. It means that marketers can enjoy new opportunities to add value to brands. There are tangible benefits to be gained in product development, innovation and competitive advantage when broader sustainability and ethical considerations are taken into account.

But if marketing is about selling more and sustainability is about consuming fewer resources and producing less pollution, how on earth are marketers supposed to pursue both goals at the same time? Perhaps it's easy to overestimate the depth and scale of the opposition between these goals -and to underestimate the degree to which marketers can align traditional corporate objectives with those of ethics and sustainability. Marketing's core role is to align what the business produces to what the market wants - the route to increased sales.

It all means that the firm must invest money, people and resources only in the things that add value for customers. It requires the business not to waste any effort, money or resources doing things that don't add value for users. Responsible marketing, in other words, is actually all about helping business avoid and eliminate waste, as well as continuing to manage natural or man-made resources. It is an important role for marketers and one that has not been fully recognised or appreciated in terms of potential to create innovative solutions.

1. What change does the first paragraph mention?

- A a decrease in the size of certain economies
- B a growth in knowledge of how resources affect economies
- C a decrease in the resources available to companies
- D a growth in the number of choices available to companies

2. According to the second paragraph, businesses are now encountering

- A a wider range of obligations.
- B greater public criticism.

C problems they should have foreseen.

D an increase in internal disagreement.

3. In the third paragraph, it is suggested that marketers

A should devise stricter social and financial categories.

B need to attract new categories of customers.

C should have a greater input in the design of products.

D need to expand their areas of activity.

4. What development is mentioned in the fourth paragraph?

A Product design is becoming secondary to ethical considerations.

B A company's reputation is growing in importance over its brands.

C Ethical considerations can lead to effective innovation.

D Competitiveness is becoming harder to maintain overtime.

5. What comment is made in the fifth paragraph?

A The challenge facing marketing may be impossible in the long term.

B Marketing activity should move away from traditional goals.

C Conflicts confronting marketing may be less extreme than expected.

D Marketing should focus on promoting goods which last longer.

Lexis and Grammar

Task 4. Read the text below about how managers choose their candidates.

Choose the best word to fill each gap from A, B, C or D below.

Despite what many leading employers (1) _____ , many of today's top jobs in the UK (2) _____ candidates from the elite universities. Although they pay lip-service to meritocracy, in reality many managers will automatically discard those candidates who are not from approved universities.

One of the reasons (3) _____ in support of this practice is time-saving – it is a way of sifting through the first round of applicants. But as this type of favouritism is becoming less acceptable, many companies have found a new way of narrowing their search. They (4) certain universities by sending a representative to promote their own company, thus gaining the attention of those groups of people they wish to (5) .Not only that, on-campus events mean that potential candidates get to meet people from the company face-to-face. They can then gain essential insider information about attitudes and qualities that the company rates highly.

But how universal is this attitude? In the States, a similar situation can be found with regard to the Ivy League Universities. The idea that name-dropping of a prestigious university you (6) _____ can help at an interview is widely recognised in the US, although the more run-of-the-mill institutions are trying to fight this perception. Even admissions to graduate schools often reflect a bias toward Ivy League-educated students: nearly one-third of Harvard’s Law School (7) _____ students who received an undergraduate degree from one of the eight Ivy League schools (Brown, Columbia, Cornell, Dartmouth, Harvard, Pennsylvania, Princeton and Yale). It is not just higher grades giving Ivy League graduates an edge. The powerful connections available at those institutions can deliver lifelong benefits for students too. Studies have shown that the top 20 or 25 private universities (8) _____ in careers, salaries and social mobility.

Those lower down the ranking of universities (9) _____, claiming that they are giving their students a more realistic grounding in life than can be found at the more elite colleges. But, as in the UK, it seems that it is not necessarily what you know that is important, but who you know – and where better to meet them than at university?

1. A are claiming B have claimed C will claim D claimed
2. A filled by B filled in by C are filled by D are fuelled by
3. A gave B given C given up D give out
4. A target to B going to target C are targeted D will target

5. A will recruit B recruited by C recruitment D recruit from

6. A attended to B attended C have attended D attended by

7. A is comprised to B is comprised of C comprises of D will comprise of

8. A have predominated B have been predominated C have predominated by D haven't predominated

9. A will fight back B are fighting with C have fought back D have fought back

Task 5. Choose the word or phrase that best completes the sentence.

1. There are two types of _____.

a. takeover bid b. takeover offer c. takeover

2. If the company doesn't want to be taken over, it is a _____.

a. bid b. hostile bid c. friendly bid

3. _____ integration is when a company gets bigger by acquiring competitors in the same field of activity.

a. rectangular b. vertical c. horizontal

4. _____ integration is acquiring companies involved in other parts of the supply chain, usually to make costs savings.

a. horizontal b. vertical c. triangular

5. Companies can also buy business in completely different fields, which is known as _____.

a. diversification b. formation c. integration

6. A series of takeovers can result in a parent company controlling a number of _____ - smaller companies that it owns.

- a. conglomerates b. subsidiaries c. firms

7. Takeovers do not always result in _____ - combined production or productivity that is greater than the sum of the separate parts.

- a. buyout b. reality c. synergy

8. In fact, statistics show that most merges and acquisitions _____ rather than increase a company's value .

- a. reduce b. decline c. finance

9. An inefficient conglomerate whose profit are too low can have a low _____, and its market capitalization.

- a. capital b. stock price c. franchise

10. Some people argue that _____ is a good way of using capital more efficiently.

- a. asset-stripping b. leveraged buyout c. raiders

Task 6. Choose the correct grammar form to complete the sentence.

1. If you _____ to all these terms we shall sign the contract today.

- a. agree b. will agree c. agrees

2. Please, contact us in case you _____ any questions.

- a. will have b. have c. won't have

3. When _____ our meeting this week?

- a. we are to have b. can we have c. we can have

4. You _____ speak like that to a client.

- a. shouldn't b. don't should c. needn't

5. You _____ turn off this computer.

- a. not must b. don't must c. mustn't

6. If the company _____ it will attract good workers.
a. pay well b. will pay well c. pays well
7. I _____ refund your purchase if you have the bill.
a. will b. should c. shall
8. If you waive inspection the tests _____ carried out in the inspector's absence.
a. are b. will be c. were
9. If you phone me tomorrow I _____ know the reply.
a. shall let you b. let you c. can let you
10. When you meet your colleagues socially after work, you _____ gossip about other people in the office.
a. can't b. shouldn't c. don't have to

Writing

Task 7.

Your company has received an email from a potential partner specifying an offer made earlier to the CEO. Your task is to analyse the proposal and write a report on whether to accept the offer or decline it and why. (200-250 words)

Dear Mrs Compt,

Thank you for taking the time to listen to our product pitch last week. As agreed, find enclosed a proposal for our washing machines that will become an excellent addition to your retail shops. Your company has been among the top sellers in the city for the last ten years. We believe that our washing machines will attract new customers to your shops within just one month. We offer you our washing machines 'Circle of Life' that represent a completely new generation with a set of new features. Signing a deal with us will give you an opportunity to share the success of our brand. We have not made this offer to any other retail company yet, as we see you as the best option. We offer to buy our washing machines for a price of £120 for each. This will allow you to be flexible with setting up your price. Even if you decide to sell them for just £150, it will be much

lower than the similar washing machines in the market. An additional benefit that we offer is 24/7 helpline for your customers. You will find full details of our terms and conditions in the attached breakdown. We look forward to having you as a partner. If you have further questions, please feel free to call me.

Yours sincerely,

Ms Thompson

Marketing Department Circle of Life

Дополнительная информация

Разделы грамматики

1. Видовременные формы активного залога
2. Придаточные предложения условия в изъявительном и сослагательном наклонениях
3. Модальные глаголы со значением долженствования и способности (must, should , can , could , ought to)
4. Средства логической связи (though, even though, whereas, as, in order, however, while, so as to, so that, since, because of, in spite of, nevertheless)
5. Видовременные формы пассивного залога
6. Правила использования определенного и неопределенного артиклей
7. Способы выражения будущего в английском языке
8. Косвенная речь

Примерная тематика деловых писем

1. Написание делового письма о результатах проведенного совещания

2. Написание электронного сообщения коллеге по его\ее презентации (обратная связь)
3. Написание электронного сообщения-жалобы и ответа на нее
4. Написание делового письма по результатам проведенного совещания
5. Написание протокола совещания

Примерная тематика ролевых игр

- Small Talk
- Chairing a post-takeover meeting
- Dealing with customer complaints
- Holding a briefing with the staff
- A coaching session for colleagues
- Dinner at a business partner's house
- A crisis management meeting
- Discussing business issues at lunch
- Holding an emergency teleconference
- Negotiating a recording contract with a rock band

Примерная тематика презентаций

- Types of corporate hospitality
- Audience expectations of presentations in different cultures
- Types of business letters
- Rules of letter writing in business correspondence
- Effective public speaking

- Negotiating styles
- Verbal pressure techniques in negotiating
- Stages of negotiations
- Causes of conflicts at work
- Conflict resolution techniques
- Mediation in business
- No place for ethics in business

Примерная тематика кейсов

- Culture clash
- Managing people
- Dealing with staff problems
- Networking
- The winning formula
- Cultural differences

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

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

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

УК-2 Способность применять нормы государственного языка Российской Федерации в устной и письменной речи в процессе личной и профессиональной коммуникаций

1) Использует информационно -коммуникативные ресурсы и технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: различные формы, виды устной и письменной профессиональной и академической коммуникации на иностранном языке; диалогические и монологические формы коммуникации и их особенности; приемы техники чтения

Уметь: использовать стилистические, грамматические и словарные технологии оформлением на письме и в устной речи результатов профессионально-делового общения; задавать и отвечать на вопросы при диалогическом способе общения для академического и профессионального взаимодействия

Типовые контрольные задания

Задание

Critical Thinking Question

Explain how changing demographics and increasing diversity have had an impact on the organization in which you are working or one in which you have worked.

2) Ведет деловую переписку, учитывая особенности официально делового стиля и речевого этикета

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: оформление представления профессиональной и исследовательской деятельности в устной и письменной форме; виды письменных текстов, в том числе деловых писем, и устных выступлений

Уметь: адекватно использовать языковые нормы профессионально-делового общения в письменной и устной коммуникации; пользоваться общепринятыми формами профессионально-делового общения и понимать их анализировать профессионально значимые вопросы

Типовые контрольные задания

Задание

Write a formal e-mail to your colleague confirming your participation at the conference.

3) Ведет деловые переговоры на государственном языке Российской Федерации

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: международные и отечественные требования к содержанию и оформлению исследовательской работы; структуру презентации и статьи на профессионально-деловую тему

Уметь: кратко излагать прочитанное; использовать технику презентаций исследовательской деятельности; применять терминологию в пределах профессионально-деловой тематики общения

Типовые контрольные задания

Задание 1

Choose a culture that you represent – Chinese, Americans, Russians, Japanese, Latin Americans. Prepare for negotiations with your foreign partners. Work out a strategy that you are going to use and stick to it.

Задание 2

Найти и прочесть статью (интернет-ресурс), освещающую последние тенденции бизнес-переговоров крупных международных компаний. Указать особенности.

4) Использует лексико-грамматические и стилистические ресурсы на государственном языке Российской Федерации в зависимости от решаемой коммуникативной, в том числе профессиональной, задачи.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: правила речевого поведения в профессионально-деловом общении; языковые приемы сегментации высказывания; приемами ведения дискуссии и представления различных точек зрения на обсуждаемую тему; типы аннотаций; приёмы написания научных статей

Уметь: структурировать презентацию или статью с результатами исследования -подбирать и выделять терминологическую основу изложения исследования; составлять аннотацию исследования; кратко излагать содержание специальных статей; оформить свою точку зрения о прочитанной литературе и понять чужую

Типовые контрольные задания

Задание 1

Prepare a 1–2-minute pitch presenting your potential product. Do your best to convince investors to trust your idea.

Задание 2

Make a presentation providing information on cultural peculiarities of a chosen culture. 10 slides, 8-10 minutes.

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

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: значения лексических единиц, используемых при общении в межличностной и общепрофессиональной сфере деятельности на иностранном языке; лексико-грамматические особенности общения в межличностном и профессиональном контексте; грамматические структуры иностранного языка, которые используются в устном и письменном межличностном и общепрофессиональном общении.

Уметь: выбирать вербальные и невербальные средства коммуникации, соответствующие ситуации межличностного и профессионального общения

Типовые контрольные задания

Задание 1

Демонстрирование навыков общения в профессиональной среде - ролевая игра.

Work in pairs/groups of three people. Demonstrate the following principles of successful intercultural communication by adding examples, playing different roles:

- Show your willingness to meet others at least halfway by learning a few phrases in their language.
- Adapt your behaviour, and don't always expect others to adapt to you
- Check your understanding and that of others
- Don't be afraid to apologise
- Reflect on your experience

Задание 2

Обсуждение в парах для обмена опытом.

Imagine you are an experienced manager consulting graduates at the vacancy fair where you were invited as a professional adviser. Explain the following:

- What should you expect and what not from working in an economic industry;
- The necessary qualities to be successful and enjoy working in this sphere;
- Different types of jobs in this sphere and the possibilities they provide.

Задание 3

Подготовиться к дискуссии по проблеме Cultural Difference. Обозначить наиболее важные особенности межличностного общения в международной компании.

2) Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникативные технологии

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: особенности общения на иностранном языке; устойчивые лексические маркеры успешной коммуникации, направленной на достижения конкретных целей; фонетическую базу иностранного языка; грамматические структуры иностранного языка, которые используются в устном и письменном межличностном и общепрофессиональном общении.

Уметь: применять лексико-грамматические навыки устного общения и письма на иностранном языке; извлекать информацию при восприятии на слух монологических и диалогических высказываний на иностранном языке в соответствии с конкретной задачей, как при непосредственном общении, так и в аудио/видеозаписи.

Типовые контрольные задания

Задание

While it is important to be aware of and sensitive to cultural differences when conducting business internationally, the principles of transparency, trust, and partnership are universal. To what extent do you agree?

Search information on the internet. In groups, discuss pros and cons of cultural differences in business. Then present a summary of your group's ideas to the class in the form of a PP or Prezi presentation.

3) Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: стили устной речи на иностранном языке, используемые при публичном выступлении, правила подготовки и способы представления выступления.

Уметь: применять знания о особенностях публичной речи в профессиональном контексте; составлять плана доклада и презентации; составлять тезисов устного сообщения или доклада.

Типовые контрольные задания

Задание 1

Изучите интернет-ресурсы, предложенные преподавателем, и выберите информацию, необходимую для монолога-размышления о роли международной торговли и международной специализации в условиях глобализованной экономики.

Задание 2

Подготовить презентацию по одной из обозначенных тем, учесть все особенности подготовки к выступлению перед аудиторией (конференция, внутри компании).

Задание 3

Составить план подготовки к устному выступлению. Продумать и указать пути разрешения возможных осложнений при выступлении.

4) Демонстрирует владение основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: правила речевого этикета в зависимости от контекста общения, особенности культур, стили устной речи (разговорный, деловой).

Уметь: выстраивать устную (монологическую и диалогическую) речь на иностранном языке в межличностном общении и профессиональной деятельности в соответствии с коммуникативной задачей

Типовые контрольные задания

Задание 1

Создание обучающей презентации с использованием графиков “The comparison of revenues and costs of the company and the ways to improve the situation in economy of a certain destination”.

Задание 2

Обсуждение ситуации в парах или группах:

Imagine that your friend is going to attend an interview for the position of a quality manager. He asks you for a piece of advice, as you have been working in this sphere for some years.

- Give a brief description of these duties: quality check;
- Note the positive and negative points of this position;
- Give examples of different cases that are implied in this job.

Define different features of products that can be changed for improving the results of a company.

5) Грамотно и эффективно пользуется иноязычными источниками информации.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: правила чтения на иностранном языке, грамматические структуры иностранного языка, которые используются в иноязычных источниках информации.

Уметь: извлекать информацию при чтении научной и справочной литературы на иностранном языке в соответствии с поставленной целью; использовать средства массовой коммуникации, Интернет-ресурсы в поиске информации, на русском и иностранном языке, необходимой для решения учебной задачи.

Типовые контрольные задания

Задание 1

Найти и прослушать интервью специалиста в области финансов. Дать краткое резюме по услышанной информации.

Задание 2

Найти и прочесть статью (интернет-ресурс), освещающую последние тенденции бизнес-переговоров крупных международных компаний. Указать особенности .

Задание 3

Search for the following keywords on the Internet to find further information about one of these items and report on your findings:

cultural shock; cultural divergence; corporate social responsibility; developing and transition economies expand abroad; multinational companies. Name the key resources, journals, sites where you can find the latest news on tourism today.

Задание 4

Write a review on an economic article, devoted to current situation or trends in economy.

6) Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: правила орфографии, правила построения письменного высказывания в соответствии с поставленной коммуникативной задачей.

Уметь: работать со словарями на русском и иностранном языке; составлять план письменного высказывания; выбирать лексических единиц и грамматических конструкций, подходящих стилю письменного высказывания.

Типовые контрольные задания

Задание 1

Prepare an example of a CV and a cover letter, according to all the rules of formal writing.

Задание 2

Дать определение Minutes / Рассмотреть особенности составления данного документа и его важность при проведении совещания.

Задание 3

Составить и написать отзыв о презентации, составленной коллегой. Указать сильные и слабые стороны . Дать свои рекомендации .

Задание 4

Write a formal e-mail to your colleague abroad confirming the meeting you've agreed about (120-140 words):

- thanking for his/her e-mail;
- expressing interest in the meeting;
- accepting the invitation to attend his/her site;
- saying that the dates are suitable for you;
- suggesting some mutual activities that may be interesting in this colleague's city.

Примеры практико-ориентированных заданий

Пример кейса

Visitors from China .

Background: Toyworld is a profitable toy retailer based in Seattle, US, with subsidiaries in over 30 countries. Toyworld buys its products from suppliers all over the world. Mr. Lee Chung, head of a toy manufacturing firm based in Guangdong, China, is going to visit the Toyworld subsidiary in your country. Mr. Chung will be accompanied by his Export Manager, John Wong. The purpose of the visit is to get to know Toyworld's management better and learn more about the company. He may set up a joint venture with Toyworld if he has confidence in them and considers them to be a suitable partner. This is Mr. Chung and Mr. Wong's first visit to your company, and to your country.

Here is the e-mail about Mr. Chung and Mr. Wong's first visit to the company.

To...	Manager, Public Relations
From...	Chief Executive
Subject:	Mr. Lee Chung's visit Date – 20 June

Mr. Lee Chung and Mr. John Wong will arrive at 3 a.m. on Monday 20 June and leave on Thursday 23 June. When you prepare the draft programme, please schedule a meeting (morning or afternoon) during which we can discuss our business plans with Mr. Chung and Mr. Wong.

Also, make sure that our visitors have opportunities to meet our staff and gain a complete understanding of our business. The visitors will expect to have some basic information about Toyworld and to be offered activities, which give them an understanding of the company. Please also arrange some social and cultural activities during their stay. Above all, we do not want to make any cultural mistakes during the visit. We want Mr. Chung and Mr. Wong to leave with an excellent impression of our company and the way we treat foreign visitors. To help you plan the visit please could you attend the talk by Catherine Eng (an expert on Chinese business culture).

KEY QUESTIONS FOR THE PLANNING COMMITTEE

- o Where will the visitors stay?
- o Who will meet them?
- o What transport will be used?
- o What arrangements should be made for meals?
- o When will the business meeting take place?
- o What topics would be suitable for discussion at meals?
- o How will the visitors be entertained? Trips? Special events?
- o What gifts would be suitable? When and how should they be given?
- o Should there be local press and television coverage?
- o Is it necessary to provide an interpreter?
- o Any other ideas to develop a good relation.

Task 1 You are members of the planning committee for Mr. Chung's visit. Read the email, key questions for the planning committee.

Task 2 Plan a draft programme in small groups.

Task 3 Compare your ideas with the rest of the class and produce the final programme.

Пример ролевой игры

Role - play 1

Hold a meeting with the employee and the manager.

Role 1 The employee You have an MA in engineering. You have been in this job for two years. You feel that your manager is a control freak who always goes by the book. It seems to you that you are more competent in engineering and can suggest changes to procedures to make the work of the department more effective. Your initiative is not appreciated. You have been thinking of moving to another company.

Role 2 The manager You are concerned about productivity and behavior of one of your employees. It's a young graduate, with an MA in engineering. There were no problems during the first year, but recently started suggesting changes to procedures, though it is not his responsibility. When I explained it to him\her, he\she began disregarding the procedures and encouraged others to do the same. He\she refuses to follow instructions, uses foul language, does not accept criticism. Your department is currently completing an important project, this conflict may lead to deadline disruption.

Role 3 The HR director One of the managers have informed you about their concerns about an employee. Your company uses a people-oriented approach. You are proud of your country-club management style. However, when you interviewed that employee, he\she complained about the manager. Arrange a meeting to discuss your concerns.

Role-play 2

Internal Negotiation

“You are a team member. The other role player is your manager. You have worked for this company for 4 years, having worked for your Manager for the last 2 years. The work is very enjoyable however you get very little development time from the boss, and you are very keen to get on. The manager does the annual appraisal every February with you. Lots of promises are made, however nothing seems to get done. There's always an excuse.

Samantha, who does a similar job for a different boss, always seems to get plenty of time with him – reviewing performance, action planning, different projects, extra responsibility. She's even spent some time in another part of the organisation for a couple of weeks on secondment.

You are determined to tackle your manager about this. An opportunity has just cropped up to sit down with him/ her. Your task is to influence your manager to give you more time to develop you. Make sure you get a firm commitment such as the first ‘coaching’ session put in the diary.”

Retrieved from : <https://www.assessme>

Примерные вопросы для подготовки к экзамену

Экзамен служит формой проверки освоения обучающимися компетенций, предусмотренных рабочей программой дисциплины.

Итоговая сумма баллов, полученная обучающимся на экзамене и по результатам текущего контроля успеваемости в семестре, преобразуется в следующую систему оценок:

86 -100	отлично
70- 85	хорошо
50 - 69	удовлетворительно
49 и меньше	неудовлетворительно

Структура экзамена

V семестр, экзамен

Письменная часть – 30 баллов:

1. Аудирование: прослушивание аудио текста на иностранном языке по тематике курса и выполнение заданий на понимание – 5 баллов
2. Лексико-грамматический тест – 15 баллов
3. Выполнение письменного задания по тематике курса: написание делового письма – 10 баллов

Устная часть - 30 баллов:

Практико-ориентированное задание: решение кейса или ролевая игра.

Пример экзаменационного билета

1. Выполните письменную экзаменационную работу. (30 баллов)
2. Практико-ориентированное задание: решение кейса или ролевая игра (25 баллов).

3. Ответьте на вопросы экзаменатора по представленной ролевой игре/кейсу (5 баллов)

Примерные задания

Listening

Task 1. Listen to Professor Scott Moeller, Director of the Mergers & Acquisitions Research Centre at Cass Business School. Choose the correct letter, A, B, or C.

According to Scott Moeller one of the reasons of M&A failures is _____.

A. a lack of planning for the post-merger integration period

B. diversification

C. assumptions of potential fit

2. Many acquisitions fail because due diligence on the target company _____.

A. focuses on financial records

B. tends to be done too quickly

C. considers risk tolerance

3. Planning for the post-merger integration period is necessary _____.

A. as the customer databases have to be put together

B. acquisition steps should be defined

C. to go on to some other strategic initiative

4. Integration planning among other things determines _____.

A. the new management and corporate culture

B. the potential competitor database

C. the importance of due diligence

5. Scott Moeller believes that to ensure the successful integration one must _____.

A. examine the gap in the market

B. provide new top line revenue

C. determine the speed of the acquisition

6. Sometimes managers should keep the newly acquired company separate for a period of time _____.

A. to go on to the next deal.

B. to understand that company better.

C. to focus on due diligence.

7. Bank of New York made a hostile attempt to overtake Mellon Bank in _____.

A. 2007

B. 2001

C. 1999

8. The merger between Bank of New York and Mellon Bank was successful, because _____.

A. they didn't have any potential problem

B. they identified potential problems very early and worked through those showstoppers

C. Bank of New York made a hostile takeover

9. Bank of New York and Mellon Bank put together a team from both sides _____.

A. to work through the showstoppers

B. to stop the merger

C. concealing the identity of top managers

10. The CEO and Chairman of the company took a very public role in _____.

A. highlighting the challenges.

B. identifying what the company was going to do after the acquisition.

C. announcing their ambitious plans

Reading

Task 2. Read the text and choose the correct option.

Mirroring body language is a way to bond and to build understanding. It is a powerful tool that we use instinctively without even being aware of it. The most obvious forms of mirroring are

yawning and smiling. When you see someone yawn, or even if you just read the word “yawn”, you are likely to yawn immediately or during the next 30 seconds. Smiling is also contagious – seeing a smiling person makes you want to smile too, and as a result, you will feel better, even if you were not feeling particularly happy in the beginning.

According to some scientists, there is a neuron that affects the part of the brain that is responsible for the recognition of faces and facial expressions. This neuron causes the ‘mirroring’ reaction when you see smiling or frowning faces. In other words, it causes you to copy facial expressions that you see on others. Mirroring body language is a non-verbal way to say, ‘I am like you, I feel the same’. The synchronicity of the crowd at the rock concerts and parades gives a secure feeling of belonging to each participant.

Research shows that people who experience the same emotions are likely to experience mutual trust, connection, and understanding. They will also begin to match facial expressions and body language. In other words, they will subconsciously mirror each other.

When people say that the vibes are right around a particular person, they refer to mirroring and synchronous behavior that they are not consciously aware of. And this is the reason why playing background music during a romantic date is such an effective tool – it brings the two people to the same wave-length.

It is worth mentioning that if you intentionally assume a specific body position that is characteristic to a particular emotional state, you will start to experience the feelings connected with this state. A good example of this is feeling happy after forcing yourself to smile. Also, if you assume a body language position that displays confidence, you will start feeling confident, even if you didn’t feel so initially.

One example of confident body language is the Steeple gesture – a gesture commonly used by a seated person during a conversation, where fingertips of both hands are connected and pressed against each other. If you do this, you will notice that you start feeling more confident about what you say.

This is the reason why mirroring body language makes people feel understood. When people see you mirroring them, they get a message that you feel what they feel. Many women have the natural ability to pick up and interpret body signals. Therefore, it is not surprising that a woman is more likely to mirror another woman than a man is to mirror another man. Quite often, women imitate each other’s body language and facial expressions to the point that it may seem that the situations or events they are talking about are happening to both of them.

1) If another person is smiling, you will also want to smile ...

A. if you are in a good mood.

B. even despite feeling sad.

C. when you are satisfied.

2) A specific neuron leads to copying other people's body language ...

A. to match what other people are thinking about.

B. which is done intentionally through words.

C. to non-verbally create a sense of understanding.

3) If you get a good vibe from someone, it actually happens because ...

A. you both like the same things and share common interests.

B. unconsciously you've 'synchronized' with this person.

C. he/she is sitting in the same position as you.

4) Choosing a specific position or gesture helps to ...

A. be happy and confident.

B. create a corresponding emotion.

C. start feeling worse.

5) It is assumed that women are ... when it comes to understanding body language.

A. more intuitive

B. not so efficient

C. surprisingly bad

Lexis and Grammar

Task 3. Choose the correct option to complete each sentence.

1. When entering a foreign market, it is important for companies to make ... to their core business model.

a) adaptations b) adjustments c) refinements d) amendments

2. Leaders in Asian countries put a lot of emphasis on maintaining group ... and avoiding open disagreement.

a) behaviour b) misunderstandings c) harmony d) decisions

3. Large companies in Japan need to show a strong sense of ... because of their important role in the community.

a) customer loyalties b) social awareness c) social responsibility d) employee awareness

4. The decision-making process in Japan is based on ... consent-everyone must agree.

a) commendable b) unanimous c) meticulous d) critical

5. Reaching ... is an important aspect of Dutch and Swedish business culture. Everyone needs to be consulted before a decision is reached.

a) decisions b) support c) argument d) consensus

Task 4. Choose the one word or phrase that best grammatically completes the sentence.

1. How many times has she applied ... this job?

A. in

B. at

C. to

D. for

2. If I ... a job, I think I would take it.

A. am offered

B. had offered

C. were offered

D. had offered

3. I am trying to fill out my CV, but ... it'll take me ... day.

A. I am thinking ... a whole

B. I think ... the whole

C. I think ... the all

D. I am thinking ... all the

4. The engineers ... the scheme at the meeting the whole day.

A. discussing

B. discussed

C. were discussing

D. discusses

5. The managers made quite a number of promises before the meeting, but

A. kept either

B. been keeping no promise

C. haven't kept none

D. was keeping neither

Writing

You are unhappy about the corporate culture of your company. Write an email to the Managing Director. Write about:

- the problems
- how to improve the situation?
- who should be involved
- and any other points you think are important.

Write about 200 -250 words .

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

Нормативные правовые акты:

Нормативные акты

Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»

Основная литература:

1. Рязанцева, М.В. Основы деловой и публичной коммуникации. Ч. 1 = Bases of business and public communication. Р. 1 [Электронный ресурс] : учебное пособие на английском языке / М.В. Рязанцева ; Финуниверситет, Каф. "Управление персоналом и психология" Электронные текстовые данные (1 файл: 966 Кб) М. : СВИФТ, 2018 Только электронный ресурс; Доступ по паролю из сети Интернет (чтение, печать, копирование) http://elib.fa.ru/fbook/ryazantceva_64077.pdf ISBN 978-5-4362-0057-6. [БИК ID: RU\FA\books\64077]
2. Климова, И.И. Деловой английский язык : Учебник / И.И. Климова, А.Ю. Широких, Д.Г. Васьбиева Электрон. дан. Москва : КноРус, 2022 273 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/943095> ISBN 978-5-406-09416-7. [БИК ID: RU\bookru\bibl\943095]
3. Гальчук, Лариса Михайловна Грамматика английского языка: коммуникативный курс = 5D English Grammar in Charts, Exercises, Film-based Tasks, Texts and Tests : Учебное пособие / Новосибирский государственный университет экономики и управления 1 Москва : Вузовский учебник, 2024 439 с. (Высшее образование) ВО - Бакалавриат <https://znanium.ru/catalog/document?id=439930> ISBN 978-5-9558-0520-7 ISBN 978-5-16-105058-3 (электр. издание) ISBN 978-5-16-012203-8 (ISBN соиздателя) . [БИК ID: RU\infra-m\znanium\bibl\2129117]

Дополнительная литература:

1. Прошина, Зоя Межкультурная коммуникация: английский язык и культура народов Восточной Азии : учебник для вузов / З. Г. Прошина. 2-е изд., испр. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2025 399 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/565610> (дата обращения: 01.09.2025). Режим доступа:

Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей
<https://urait.ru/bcode/565610> ISBN 978-5-534-12403-3 : 1939.00. [БИК ID: RU2fURAIT2f565610]

2. Barrall, I. Business Partner. B2 : Teacher's Resource Book / I. Barrall England : Pearson Education Limited, 2018 1 файл (4,82 Мб) Доступ из локальной сети Финуниверситета(чтение) (дата обращения: 28.10.2019) ISBN 978-1-292-23720-6 + Текст : электронный. [БИК ID: ru\fa\bookin4701]

3. Powell, M. Dynamic Presentations : Student's Book / M. Powell Cambridge : Cambridge University Press, 2013 96 p., 1файл, 29Мб + 2 CD (Professional English)
Электронная версия печатной публикации Доступ по паролю из сети Интернет (чтение) http://elib.fa.ru/rbook/dynamic_presentations.pdf ISBN 978-0-521-15004-0. [БИК ID: ru\fa\bookin2710]

4. Powell, M. International Negotiations / M. Powell Cambridge : Cambridge University Press, 2012 112 p. + 2 CD на англ. яз. ISBN 978-0-521-14992-1. [БИК ID: ru\fa\bookin2679]

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

1. 7.Электронные ресурсы БИК:

2. <http://enc-dic.com/> - Электронная библиотека (словари)

3. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
(<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)

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

5. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН" <http://biblioclub.ru/>

6. •Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>

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

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

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

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

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков

Приказ от 23.03.2017 №0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете» и приказы филиалов по данному вопросу. 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 кафедры.

Методические рекомендации для подготовки к дискуссии
Повторить активный глоссарий, грамматические конструкции по изученной теме.

- Подготовить аргументированные высказывания, подкрепленные примерами и кейсами, по перечню вопросов, предлагаемых для дискуссии.
- Изучить рекомендованные аутентичные материалы.
- Подобрать свои материалы по тематике вопросов, выносимых на обсуждение.
- Составить глоссарий по рекомендованным и собственным материалам. Подготовить 2 презентации по теме дискуссии.
- Изучить официальную статистику и данные по теме, быть готовым к аргументированному представлению своей точки зрения по вопросу.

Форма оценивания групповой дискуссии (для обучающихся)

(баллы макс. 10)

Что оценивается?	Студент 1	Студент 2	Студент 3	Студент 4	Студент 5
Соответствие открыто и					

справедливо принятым правилам ведения дискуссии (0,5 балла)					
уровень и качество лексики по теме (гlossарии, активная лексика, уровень B2- C1) (1 балл)					
грамматическ ие структуры (1 балл)					
поддержка утверждений объяснением, причинами (иллюстрация мыслей) (1 балл)					
аргументиров анность высказывани й, сила аргумента (1 балл)					
логичность, последовател ьность в высказывани и (1 балл)					
приглашение других лиц для участия в обсуждении, т.е. коммуникати вная направленнос ть (1 балл)					
актуальность подготовленн ых и					

представлен ных материалов (1 балл)					
активность в дискуссии (1 балл)					
вклад в позитивную динамику обсуждения (0,5 балла)					
толерантност ь, отсутствие проявления враждебности и личностных нападков (0,5 балла)					
соблюдение временных рамоч как в обсуждении в целом, так и в выступления х участников в частности (0,5 балла)					

Объекты оценивания в групповой дискуссии

Языковые знания:

- Использование изученного языкового материала (изученную лексику по теме, изученные грамматические структуры, характерные для устной и письменной профессионально-ориентированной коммуникации)

Коммуникативные знания:

- Высказывания подкреплены аргументами
- Высказывание логично выстроено

Речевые умения:

- осуществлять устную речевую деятельность с выбором соответствующих лексических единиц в определённых деловых ситуациях общения.
- воспринимать содержание аутентичных текстов публицистического профессионального ориентированного уровня;

Коммуникативные умения:

- принимать активное участие в дискуссии по значимой проблеме, обосновывать свою точку зрения;

Владение навыками:

- обобщения, систематизации и аргументации информации в письменной и устной формах
- всеми видами речевой деятельности – говорение, слушание, чтение, письмо в межличностном и профессиональном общении;
- всеми видами чтения (изучающим, просмотровым, поисковым);
- переработки профессионально-значимой информации – аннотирование;
- эффективной коммуникации в деловом общении на английском языке;
- выражения своих мыслей и мнения в деловом общении на английском языке;
- публичной речи (сообщения в рамках специализации).
- Использовать Интернет-ресурсы для извлечения иноязычной информации в учебных и научных целях.

Методические рекомендации для написания деловых электронных писем

Стиль и тон электронных писем могут отличаться в зависимости от компании и страны.

Для поддержания в письме позитивного тона, способствующего развитию отношений с деловым партнером, следует учитывать следующие основные моменты:

1. Сосредоточьтесь на своей аудитории. При первом контакте или когда контакта не было в течение некоторого времени, лучше всего использовать полуофициальный язык, а тон должен быть дружелюбным и вежливым, особенно во вступительном абзаце, чтобы создать взаимопонимание. Очень формальный язык может показаться вежливым, но слишком отстраненным.

2. Если вы отвечаете на вопросы, убедитесь, что вы отвечаете на них надлежащим образом с точки зрения языка и количества деталей. Маркеры или нумерация полезны для выделения ключевой информации.

3. Если вам необходимо устранить негативные моменты, извинитесь и приведите веские причины любых проблем, задержек или недоразумений.

4. Заключительный абзац будет уместно закончить на позитивной ноте, включить упоминание о будущих контактах и продолжении деловых отношений.

5. Всегда перечитывайте электронное письмо перед отправкой. Убедитесь, что включены все важные детали, а также правильность языка, орфографии и пунктуации.

Необходимые клише на английском языке для написания деловых электронных писем

Positive opening

I would like to thank you for your help in finding/for all your hard work in making ...

We were very happy with the event you organised for us last year and ...

We were in contact (last year) and it was a pleasure working with you.

Great/Good to hear from you again.

It was a pleasure to work with you on ...

Reason for writing

We have opened bookings for another group to visit Edinburgh.

I'm writing because I have a few questions about

The good news is that we want to organise a similar conference next year.

Requirements

We would like you to organise everything else, including ...

We simply need you to research the alternatives.

We would like to ..., so can you also research this?

Requesting information

Can/Could you confirm your prices will remain the same?

How much extra will you charge to find a hotel?

Can/Could you let me know how many people you are expecting?

Negative points

Apparently, there was some confusion over ...

We had issues with the size of the conference hall ...

Last year we had an issue with the flower display ...

There is just one issue from last time that I need to mention.

Next steps

Feel free to contact me if you have any questions.

I would appreciate an early reply.

If you need any more details, please don't hesitate to get back to me.

Do let me know if you have any queries.

Positive closing

We look forward to working with you again.

It will be great to work with you again.

I hope that we will have a successful, long-term business relationship.

Positive start

We would be delighted to work with you (again) as your local event management partner.

Thank you very much for choosing us a second time.

Those dates work very well for us.

Help and alternatives

Let me know if there is anything I can do this end re (regarding) ...

If you wish, we could look into the possibility of external caterers ...

If you wish, we can discuss these issues (of ...) when we speak on the phone.

Responding to questions

(Yes,) I'd like to confirm our prices will remain the same for your next visit.

Unfortunately, for next year we will have to increase our price by 15 percent.

Yes, we have in mind the exact venue for you.

Dealing with negative points

Thank you for the feedback on Unfortunately, ...

I'm afraid there was a double-booking and they assure me it will not happen again.

I apologise again for the confusion last time.

I understand completely your point about the poor quality buffet lunches.

Finally, let me apologise about the flowers.

I will make sure that next year we monitor ... and respond quickly if you ...

Friendly closing

I am sure that your sales conference will be a great success.

I'm looking forward to working with you (again).

We look forward to welcoming you here in Singapore next June.

Методические рекомендации по подготовке и проведению ролевой/деловой игры

Подготовительный этап

- изучение «сценария» с определением преподавателем цели, содержательной стороны игры, знакомство с правилами, регламентом;
- коллективное, либо непосредственно с участием преподавателя распределение ролей участников, инструктаж по ролям, формирование малых групп;
- подготовка материального обеспечения игры (если в этом есть необходимость).

Рабочий этап (разыгрывание ролей)

- групповая работа над заданием;

- межгрупповая дискуссия (если того требует сценарий), определение групповой позиции по обсуждаемому вопросу;
- защита (презентация) результатов, выражающих совместную позицию малой группы по теме обсуждения.

Заключительный этап

- формулировка общих выводов по результатам группового анализа ситуации, подведение итогов;
- оценка работы малых групп преподавателем (самооценка участников дискуссии с их собственными комментариями)

Методические рекомендации по решению бизнес-кейсов

Кейсы - это практические ситуации, описывающие реальные бизнес-проблемы.

Их можно разделить на 2 вида:

- 1) мини-кейсы описывают проблему в краткой форме и могут применяться в качестве «интеллектуальной разминки» для студентов финансово-экономических направленностей. В таких кейсах, как правило, нет дополнительной информации о компании. Однако при необходимости студенты могут ознакомиться с дополнительными материалами.
- 2) мастер-кейсы — это подробные кейсы, содержащие дополнительную информацию. Такие кейсы часто используют в командных соревнованиях по кейсам в бизнес-школах и в ВУЗах.

Независимо от вида кейса, задача студентов будет заключаться в том, чтобы решить поставленную задачу или существующую проблему, предложив эффективное управленческое решение или план действий, который, по вашему мнению, будет лучшим в сложившейся ситуации.

Студентам необходимо описать потенциальные последствия их решения и обосновать, почему они считают это решение наиболее подходящим в данной ситуации.

При решении кейса зачастую наиболее интересно не само решение, а ход мыслей

студентов, их подход и анализ ситуации, на основе которых они пришли именно к такому заключению.

В дальнейшем происходит формирование рабочих подгрупп. Каждая подгруппа

располагается в каком-либо месте аудитории, по возможности, на небольшом удалении друг от друга. Распределение тем для обсуждения производится преподавателем с учетом желания каждой подгруппы. Если тема для всех подгрупп одна, то преподаватель ее объявляет срок, к которому нужно представить результат. На этом этапе преподаватель более подробно объясняет, какие цели стоят перед каждой подгруппой и в каком виде должен быть оформлен отчет о работе (например, в форме презентации). Каждая отдельная 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.

Прежде всего, студенты:

1. проводят предварительное ознакомление с содержанием кейса для формирования общего представления о проблеме;
2. знакомятся с вопросами к кейсу;
3. читают текст кейса, внимательно фиксируя все факты или проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам;
4. устанавливают причины проблемы или проблем, рассматриваемых в кейсе.

Далее студенты подготавливают презентацию, на которой предлагается решение

данной проблемы. А также можно провести пресс-конференцию вместо или после презентации.

Рекомендуемая 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 - прерогатива руководителя - 10% времени.

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

Dilemma – «is a situation in which you have to make a difficult decision» (Macmillan English Dictionary). Основное внимание здесь также уделяется изучению проблемы компании, обсуждению путей решения проблемы, эффективному и аргументированному решению.

Методические рекомендации по подготовке презентации

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 её подача. Визуальная информация включает в себя описание таблиц и графиков, представление статистических данных и т.п.

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 представлению презентации:

- не читать подготовленную информацию;
- обязательно подготовить письменно и устно представить презентацию;
- предусмотреть проблемные, сложные для понимания фрагменты выступления и прокомментировать их;
- предвидеть возможные вопросы, которые могут быть заданы по ходу и в результате предъявления 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. Другими словами, 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, причем эти слова должны составлять не законченное предложение с подлежащим и сказуемым, а фразу.
4. Информация на слайдах должна быть изложена кратко, четко и хорошо структурирована.
5. Нельзя 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, в качестве основных мер компания решила:
 - провести исследование рынка;
 - выявить....

- проанализировать....

- представить....

Текстовые слайды

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

1. На слайдах следует использовать не полные предложения, а словосочетания.
2. Оптимальное количество строк на слайде – 4-5, и не должно превышать 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, но они не должны быть слишком длинными, так как их чтение отнимет у аудитории и без того ограниченное время, и слишком сложно сформулированными. Большинство авторов рекомендует, 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 нельзя 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. В противном случае содержание таблицы перестает восприниматься слушателями презентации. К наиболее часто используемым типам схем относятся столбиковые диаграммы, круговые диаграммы, точечные диаграммы (диаграммы рассеивания) и кривые. Для привлечения и удержания внимания аудитории необходимо научиться применять комбинацию обоих 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. Столбиковые диаграммы (вертикальные или горизонтальные) хорошо иллюстрируют сравнения, изменения во времени или частоту.
4. Вертикальные столбиковые диаграммы и диаграммы рассеивания (точечные диаграммы) идеально подходят для демонстрации соотношения и сопоставления данных.
5. Кривые хорошо иллюстрируют изменения во времени.

Некоторые дополнительные рекомендации

Оформление слайдов является важным этапом работы над презентацией.

1. Слайды должны быть ориентированы горизонтально; при вертикальной ориентации место на слайде используется неэффективно.
2. Необходимо использовать более крупный размер шрифта для заголовков и более мелкий – для текста слайдов, причем шрифт в заголовках и тексте слайдов должен быть один.
3. Для выделения следует использовать жирный шрифт или цвет, а не курсив, подчеркивание или прием слов заглавными буквами, поскольку они значительно хуже воспринимаются. Заглавные буквы можно использовать для заголовков или если нужно выделить одно слово в тексте слайда.
4. Количество различных шрифтов не должно быть больше двух, размер должен быть одинаковым на всех слайдах.
5. Текст на слайдах следует выравнивать по левому краю, оставляя правый край ровным; доказано, что это ускоряет восприятие.
6. Рекомендуемый стандартный размер шрифта текста слайдов – 22 - 24, и он ни в коем случае не должен быть меньше. При выборе некоторых типов шрифта и в заголовках приходится применять больший размер (оптимальный размер для заголовков 30-40). Чтобы точно определить размер шрифта, нужно провести «репетицию» презентации, т.к. то, что выглядит достаточно разборчиво на экране компьютера, может оказаться слишком мелким на экране.
7. Рекомендуемый межстрочный интервал -1,5.
8. На слайдах не должна использоваться пунктуация в конце фразы или предложения, так как знак препинания заставляет читателя подсознательно сосредотачивать внимание на нем, что отвлекает внимание аудитории.

9. При оформлении списков на текстовых слайдах предпочтительно использовать жирные точки, а не цифры, если только список не отражает жесткую последовательность; в последнем случае предпочтительнее цифры.

10. Количество строк на текстовых слайдах не должно превышать 7 вместе с заголовком, количество слов в строке не должно быть более 7, а в заголовке- 5.

11. Предпочтителен единый дизайн на всех слайдах, это дает возможность аудитории сосредоточиться на содержании.

12. Отрезки текста, расположенные на небольшом расстоянии друг от друга, воспринимаются как единое целое, расположенные на большем расстоянии – как принадлежащие к разным смысловым группам.

13. В цветовом оформлении следует использовать контраст и закономерности сочетания цветов. Во-первых, цвет текста должен резко контрастировать с цветом фона.

Стандартное сочетание черный текст на белом или другом очень светлом фоне является идеальным для хорошо освещенной аудитории, если же аудитория затемнена, лучше использовать светлый текст на черном фоне, например, белый на синем или желтый на темно-зеленом. Следует избегать красного цвета в больших количествах, и сочетания красный- зеленый: доказано, что эти цвета не воспринимаются многими людьми.

14. Слайд не должен быть перегружен графическими изображениями и текстом, свободное поле слайда должно быть достаточно большим.

15. Цветовая гамма всех слайдов должна быть единой.

16. Не следует перегружать слайды различными элементами оформления.

17. Не рекомендуется включать в состав слайдов изображения, не несущие смысловой нагрузки.

18. Прежде чем приступить к разработке слайдов, необходимо выработать их общий дизайн, который будет использоваться в качестве шаблона.

19. Полезно использовать следующий алгоритм: оценка аудитории и цели презентации, выбор шрифта, определение цвета фона и дизайна фона, выбор шрифта, выбор размера шрифта для заголовка и различных иерархических подуровней текста или подрисовочных надписей, выбор цветового решения различных уровней иерархического деления (например, точки, выделяющие различные подуровни в списке, могут быть разных цветов).

20. При выборе размера шрифта и графических изображений необходимо учитывать размер аудитории, так, чтобы текст был виден из последнего ряда.
21. Связь между картинками на слайдах и содержанием текста должна быть легко распознаваемой и не должна требовать “дешифровки”.
22. Слайд не должен содержать грамматических, лексических и орфографических ошибок, поэтому его необходимо тщательно проверить.

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.
7. Последняя “репетиция” должна обязательно включать показ слайдов в окончательном варианте.

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.”
4. Убедиться, что каждому понятна его роль и задача, отвечать на вопросы и давать разъяснения.

Необходимые клише на английском языке для групповой презентации

GREETING, NAME, POSITION

* Good morning. We are...

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

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

TITLE / SUBJECT

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

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

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

* We are going to present the recent

explain our position on

brief you on

inform you about

describe

* The subject of our presentation is

* The topic of our presentation is

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

REFERENCE TO THE AUDIENCE

* We can see many of you are aware of

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

SETTING THE TIME

* Our presentation will last for about five minutes.

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

DEALING WITH QUESTIONS

* Please, stop us if you have any questions.

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

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

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

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

discussion at the end.

OUTLINE / MAIN PARTS

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

* We're going to develop three main points in our presentation:

Firstly,

Secondly,

Thirdly,

Finally,

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

* We can break this area down into the following fields:

Firstly/first of all

Secondly/then/next

Thirdly/and then we come to

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

INTRODUCING YOUR FIRST POINT

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

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

FINISHING THE POINT

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

- * These are the main points on ...

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

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

STARTING A NEW POINT

- * Now let's turn to...

- * We'd like now to consider...

- * Next, we come to...

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

- * If we could now turn to...

- * Now, turning to...

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

REFERRING TO WHAT YOU HAVE SAID

- * As we said at the beginning...

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

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

REFERRING TO WHAT YOU WILL SAY

- * We'll come to that later.

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

RHETORICAL QUESTIONS

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

HIGHLIGHTING INFORMATION

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

e.g. We are suggesting... - What we are suggesting is...

I'm proposing... - What I'm proposing is...

ENDING

SIGNALING THE END

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

SUMMARIZING

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

CONCLUDING

*As you can see, there are some very good reasons...

*In conclusion...

* We'd like to leave you with the following thought / idea.

RECOMMENDING

*So, we would recommend that we...

*We'd like to propose... (more formal)

*In our opinion, the only way forward is...

CLOSING

*Thank you for your attention

*Thank you for listening

*We hope you have gained an insight into...

INVITING QUESTIONS

*We'd be glad to try and answer any questions.

*So, lets throw it open to questions.

*Any questions?

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

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Microsoft Office (Windows)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационная система Bloomberg
2. Информационно-правовая система «Гарант»
3. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»

4. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации:

1. не предусмотрены

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

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

2. **Помещение для самостоятельной работы** обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

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

4. Библиотека, читальный зал