Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дворникова Татьяна Александровна
Должность: врио проректора по учебной работе
Дата подписания: 28.02.2026 09:01:17
Уникальный программный ключ:
81e4612224154ba92346993825fd4bfa9a28f49d

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Государственный университет по землеустройству»

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебной работе
/Л.П. Подболотова /
« 17» мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.0.13 Иностранный язык в профессиональной деятельности
(шифр и название дисциплины)

направление подготовки 07.04.01 Архитектура
(шифр и название направления подготовки)

профиль Архитектура и пространственное планирование сельских населенных мест и территорий

уровень высшего образования Магистратура
(бакалавриат, специалитет, магистратура)

квалификация Магистр
(название)

Москва
2025

1. **Разработана** на кафедре русского и иностранных языков ФГБОУ ВО ГУЗ в соответствии со следующими нормативными документами:

– Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 6 апреля 2021г. №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования бакалавриат по направлению подготовки 07.04.01 «Архитектура», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации – Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования бакалавриат по направлению подготовки 07.03.01 Архитектура, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 520 (с изменениями и дополнениями)

Рабочая программа дисциплины составлена в рамках основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) высшего образования и учитывает особенности обучения при инклюзивном образовании инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

2 **Разработчики рабочей программы**: к.ф.н., доцент кафедры русского и иностранных языков Зацепина Е.А., к.пед.наук, доцент кафедры русского и иностранных языков Рудинова Ю.И.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры русского и иностранных языков (протокол № 8 от 23.04.2025 г.).

Проверено 17.05.2025 зам. руководителя УМС Олексенко О.М.

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ЕЕ ОБЪЕМ И МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Цель учебной дисциплины заключается в получении обучающимися умений извлекать информацию из иностранных источников, связанных с их профессиональной деятельностью, общения на иностранном языке, как в профессиональной среде, так и в неофициальных ситуациях общения, требующих владения всеми видами речевой деятельности, а также практических навыков (формирование) и готовность к самостоятельной работе для решения различных коммуникационных задач.

Задачи учебной дисциплины:

1. формирование понятий о современных технологиях поиска, отбора и анализа информации, связанной с профессиональной деятельностью;
2. освоение навыков чтения научно-технической литературы на иностранном языке, умение работать с технической документацией;
3. формирование навыков владения всеми видами коммуникации (в устной и письменной формах);
4. формирование умений применять полученные знания в практической деятельности, решать практические задачи согласно алгоритму коммуникационной кампании в коммерческой и некоммерческой сферах при организации и реализации коммуникационных проектов

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы приведен в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция		**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций**	
Код	**Наименование**		
УК-4	**Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия**	Готовность постоянно развиваться самому и развивать своих подчиненных, готовность к самореализации и созданию условий к использованию работниками своего творческого потенциала.	
		В области знания и понимания (А) - знать	
		Знать	современные деловые коммуникативные технологии,
		В области интеллектуальных навыков (В) - уметь	
		Уметь	обмениваться информацией, способствующей выработке единой стратегии взаимодействия между деловыми партнерами
		В области практических навыков (С) - владеть навыками	
		Владеть	техниками представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях
	УК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты	Способность понимать сущность и значения различных форм коммуникации в осуществлении профессиональной/непрофессиональной сферы деятельности	
		В области знания и понимания (А)	

Компетенция		Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	
Код	**Наименование**		
	в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия; УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат. УК-4.3. Аргументированно и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ и иностранном языке	**Знать**	- стили делового общения применительно к ситуации взаимодействия, ведение деловой переписки(А-1) - основы перевода научно-технического текста с английского на русский язык и с русского на английский язык (А-2) - стилистические особенности представления результатов научной деятельности в устной и письменной форме на государственном и иностранном языках. (А-3)
		В области интеллектуальных навыков (В) - уметь	
		Уметь	- вести поиск и отбирать источников информации на русском и иностранном языках (В-1) - использовать информационно-коммуникационных технологий для поиска, обработки и представления информации (В-2) - составлять и делать корректный перевод академических и профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный (В-3)
		В области практических навыков (С) - владеть навыками	
		Владеть	- интегративными умениями,необходимыми для написания, письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.) (С-1) Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные. – Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» - представляет собой науку базовой части Б1.0.13 дисциплин подготовки студентов по направлению 07.04.01. «Архитектура» по профилю магистерской программы «Архитектура»
Дисциплина изучается на 2-ом курсе в 3-ем семестре.

Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании компетенций, содержится в ниже представленной таблице 1.2.

Таблица 1.2 - Логическая и содержательная связь дисциплин, участвующих в формировании компетенций

Компетенция	***Предшествующие дисциплины***	***Данная дисциплина***	***Последующие дисциплины***
УК- 4	-	Иностранный язык в профессиональной деятельности	-

1.3 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с

преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоёмкость дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности» составляет 2_зачётные единицы_ и _72_ академических часа.

Таблица 1.3 - Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Объём дисциплины	Всего часов		
	очная форма обучения	заочная формы обучения	очно-заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	72	-	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	24	-	18
Аудиторная работа (всего):	24	-	18
в т. числе: Лекции	-	-	-
Семинары, практические занятия	-	-	-
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовое проектирование	-	-	-
Самостоятельная работа обучающихся (всего**)	48	-	54
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	зачет	-	зачет

2. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание учебной дисциплины

Содержание дисциплины включает следующие разделы и темы:

Раздел 1. Основы делового иностранного языка.

Тема 1. Введение «Язык – как средство коммуникации».

Язык – средство устной и письменной коммуникации человека. Развитие языка как живого организма. Заимствования из более древних и современных языков. Систематические особенности языка. Разные формы и виды коммуникации в профессиональной, социальной и культурно – бытовой сферах.

Тема 2. Контакты.

Сущность и структура контактов. Их типы. Зависимость форм и содержания контактов от видов профессиональной деятельности и культурных различий носителей языка. Разнообразие языковых форм в осуществлении коммуникативных контрактов.

Тема 3. Деловые письма, факсы, памятки

Деловое письмо: виды, правила оформления, структура. Текстовые нормы

делового письма. Классификации деловых писем. Факсы и памятки.

Тема 4. Телефон как средство общения

Структура делового телефонного разговора. Общепринятые правила телефонного разговора. Организация делового телефонного разговора с собеседником.

Тема 5. Составление резюме, заметок, отчётов

Резюме при устройстве на работу. Структура резюме. Факультативная информация в резюме. Оформление резюме. Виды инициативных резюме. Оформление заметок и отчётов.

Тема 6. Проведение встреч, совещаний и обсуждений. Презентации.

Встречи, совещания и обсуждения как форма деловой коммуникации. Задачи, цели, темы для деловой коммуникации. Виды, типы и классификация деловых встреч и совещаний. Подготовка, организация и проведение деловых встреч и совещаний. Этапы и технологии ведения деловых встреч и совещаний. Виды презентаций. Этапы и технологии проведения презентаций.

Тема 7. Работа и карьера: анкетирование, проведение интервью, составление резюме.

Осуществление рекрутинговой деятельности в современных условиях. Использование компьютерной технологии и современной методологии отбора профессиональных кадров в современных компаниях и организациях разного типа собственности формы и содержание анкетирования. Содержание, принципы и цели проведения интервью; правила составления резюме потенциальных кандидатов и требования к ним. Методика подбора персонала в современных бизнес условиях.

Тема 8. Деловые и профессиональные отношения (создание микроклимата в коллективе).

Основные виды делового общения. Этика делового общения. Деловая беседа. Деловые переговоры.

2.2 Структура учебной дисциплины

Таблица 2.1 – Структура учебной дисциплины для очной формы обучения

Названия содержательных разделов и тем учебной дисциплины (английский язык, немецкий язык, французский язык)	Количество часов						Компетенции	Признак компетенции
	Очная							
	всего	в том числе						
		лек.	пр.	лаб.	инд.	СРС		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 1. Введение: Язык как средство коммуникации / Introduction: Language as a means of communication / Einführung: Sprache als Kommunikationsmittel / Introduction: la langue comme moyen de communication	8		2			6	УК-4	А-1,2,3 В-1,2,3 С-1,2,3

Названия содержательных разделов и тем учебной дисциплины (английский язык, немецкий язык, французский язык)	Количество часов						Компетенции	Признак компетенции
	Очная							
	всего	в том числе						
		лек.	пр.	лаб.	инд.	СРС		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 2. Контакты / Contacts / Kontakte / Relations	10		4			6	УК-4	A-1,2,3 B-1,2,3 C-1,2,3
Тема 3. Деловые письма, факсы, памятки / Business letters, faxes, memos / Geschäftsbriefe, Faxe, Memos / Lettres d'affaires, télécopies, mémos	10		4			6	УК-4	A-1,2,3 B-1,2,3 C-1,2,3
Тема 4. Телефон как средство общения / Phone as a means of communication / Telefon als Kommunikationsmittel / Le téléphone comme moyen de communication	8		2			6	УК-4	A-1,2,3 B-1,2,3 C-1,2,3
Тема 5. Составление резюме, заметок, отчётов / Preparation of summaries, notes, and reports / Zusammenfassung, Notizen, Berichte / Rédaction de résumés, notes, rapports	8		2			6	УК-4	A-1,2,3 B-1,2,3 C-1,2,3
Тема 6. Проведение встреч, совещаний и обсуждений. Презентации / Conducting meetings, meetings and discussions. Presentations / Durchführung von Meetings, Meetings und Diskussionen. Praesentationen / Organiser des réunions, des réunions et des discussions. Présentations	10		4			6	УК-4	A-1,2,3 B-1,2,3 C-1,2,3
Тема 7. Работа и карьера: анкетирование и проведение интервью / Work and career: survey and interviewing / Arbeit und Karriere: Fragebogen und Interviews / Emploi et carrière: questionnaires et entretiens	8		2			6	УК-4	A-1,2,3 B-1,2,3 C-1,2,3

Названия содержательных разделов и тем учебной дисциплины (английский язык, немецкий язык, французский язык)	Количество часов						Компетенции	Признак компетенции
	Очная							
	всего	в том числе						
		лек.	пр.	лаб.	инд.	СРС		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 8. Деловые и профессиональные отношения (создание микроклимата в коллективе) / Business and professional relations (creating a microclimate in the team)/ Geschäftliche und berufliche Beziehungen (Schaffung eines Mikroklimas im Team)/ Relations d'affaires et professionnelles (création d'un microclimat dans l'équipe)	10		4			6	УК-4	A-1,2,3 B-1,2,3 C-1,2,3
Всего часов	**72**		**24**			**48**		

2.3 Распределение контактной работы

Распределение контактной работы по видам занятий приведено в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Практические (или семинарские) занятия, их содержание и объем в часах

Номер темы	Номер занятия	Содержание занятий	Очная ФО		Заочная ФО
			Объем	Семестр	Объем
	1	2	3	4	5
Тема 1	ПР1	Входной контроль. Введение язык как средство коммуникации	2	3	
Тема 2	ПР2	Контакты. Виды контактов	2	3	
	ПР3	Языковые клише, применяемые в деловой коммуникации	2	3	
Тема 3	ПР 4	Деловые письма	2	3	
	ПР 5	Факсы, Memos (памятки)	2	3	
Тема 4	ПР 6	Аудиоконтакты (телефонный разговор).	2	3	

Тема 5	ПР 7	Резюме. Правила оформления, содержание. Составление отчета о проделанной работе.	2	3	
Тема 6	ПР 8	Проведение совещаний, круглых столов.	2	3	
	ПР 9	Устные доклады и презентации результатов научных исследований.	2	3	
Тема 7	ПР 10	Анкетирование и проведение интервью при приёме на работу	2	3	
Тема 8	ПР 11	Этика и этикет деловой куммуникации	2	3	
	ПР 12	Особенности межкультурной коммуникации в деловом мире	2	3	
		Всего часов по дисциплине	24		

2.3 Распределение самостоятельной работы студентов

Распределение самостоятельной работы студентов ОФО и ЗФО представлено в виде таблицы 2.5, 2.6.

СРС по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной деятельности» включает выполнение реферата, подготовку к текущему контролю и к промежуточной аттестации (зачет)

Таблица 2.5 – График недельной загрузки СРС студента ОФО

№ недели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Итого
Подготовка к практическим занятиям		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			12
Работа над индивидуальным заданиями		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8			30
Подготовка к текущему контролю				1								1				2
Подготовка к промежуточной аттестации *(зачет или экзамен)*							2						2			4
Итого		3	3	4	3	3	5	3	3	3	3	4	11			48

2.4. Распределение интерактивных видов занятий.

Очная форма обучения.

Объем интерактивных занятий – 9 часов.

Таблица 2.7 – Распределение интерактивных занятий студента ОФО

№ недели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Всего

Лекции	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Практические занятия	0	0,5	0,5	0,5	1	0,5	0,5	1	1	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	**9**
Всего	0	0,5	0,5	0,5	1	0,5	0,5	1	1	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	**9**

Характеристика интерактивных видов занятий

Интерактивные методы на практических занятиях:

Работа в малых группах, коллективный (многостороннее взаимодействие в форме группового общения, в котором принимает участие каждый студент на практическом занятии); коллективно-групповой (работа малых групп соединяется с работой всех присутствующих на семинарском занятии).

Интерактивные методы в самостоятельной работе:

Метод обучения в парах (спарринг-партнерство).

3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Таблица 3.1 – Перечень вопросов и задач для видов контроля

Наименование темы	Перечень вопросов и задач
Входной контроль (проводится на 1-2 неделях 1-го семестра в письменной форме) Тема 1. Язык как средство коммуникации	Реферирование. Тестирование
Тема 2. Контакты	Реферирование. Тестирование
Тема 3. Деловые письма, факсы, памятки	Реферат
Тема 4. Телефон как средство общения	Работа в парах (спарринг-партнерство). Круглый стол
Тема 5. Составление резюме, заметок, отчётов	Реферирование
Тема 6. Проведение встреч, совещаний и обсуждений. Презентации.	Круглый стол. Заметки к презентации.
Тема 7. Работа и карьера: анкетирование и проведение интервью	Ролевая игра
Тема 8. Деловые и профессиональные отношения (создание микроклимата в коллективе)	Реферирование. Круглый стол.

Подготовка к промежуточной аттестации (проводится в виде зачёта в 1-м семестре по индивидуальным заданиям)	

Таблица 3.2 - Методические указания, используемые при изучении дисциплины

№ п/п	Наименование указаний, пособий	Количество экземпляров
1	Учебно-методичекое пособие по английскому языку для магистров, обучающихся по направлению подготовки 07.04.01 – «Архитектура» / Зацепина Е.А., Ефтина Ю.В., Рудинова Ю.И. – 1-е изд. - М.: ГУЗ, 2025. – 126 с.	Эл. вид
2	Методические рекомендации по написанию реферата для студентов экономических специальностей всех форм обучения. А.М. Дребот, Е.П.Гармошова. Севастополь. Изд. СевНТУ, 2015-24с.	Эл. вид
3	Деловая игра как технология интерактивного обучения. Сб. методологических разработок деловых игр по направлениям подготовки, осуществляемых в ГУЗ. Ч.2. М., ГУЗ- 188с.	200
4	Английский язык. Деловая переписка. Е.А. Разумовская. М., ГУЗ- 56с.	50
5	English for Business Studies. Professional English. Teacher's Book. Cambridge University Press, UK, 2018-125c.	Эл. вид
6	Львова О. В. Немецкий язык для экономистов: учебник и практикум для вузов / О. В. Львова, Т. Н. Николаева, Г. Н. Махмутова; под редакцией О. В. Львовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 461 с.	Эл. вид

3.1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Самостоятельная работа студентов (СРС) позволяет предметно выработать аналитические навыки, обеспечить понимание теории и юридической практики, более осознанно относиться к уровню своей профессиональной подготовки. СРС способствует развитию их мыслительной деятельности, обеспечивает усвоение определенного учебного материала и предоставляет необходимую подготовку для решения конкретных практических задач, входящих в их будущие профессиональные обязанности. СРС направлена на обеспечение

индивидуализации при изучении курса, на развитие способностей и возможностей, на персонификацию контроля за качеством обучения.

При подготовке к практическим занятиям, руководствуясь планом и списком рекомендуемой литературы, необходимо изучить тему так, чтобы по каждому из предложенных вопросов студент мог дать развернутый, обстоятельный ответ.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов включает:

- Работа над конспектом лекции
- Подготовка к практическому занятию
- Подготовка к практическому занятию с ИАМ
- Доработка конспекта лекции с применением учебника, методической литературы, дополнительной литературы
- Подбор, изучение, анализ и конспектирование рекомендованной литературы
- Самостоятельное изучение отдельных тем, параграфов
- Подготовка к зачету

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

Алгоритм деятельности преподавателя и студентов

Этапы деятельности	**Содержание деятельности**	
	Преподаватель	**Студент**
Подготовка: определение темы, цели и задач задания	Мотивирует, помогает студенту в постановке коммуникативных задач	Определяет и обсуждает с преподавателем актуальность проблемы; выдвигает совместно с преподавателем гипотезу исследования

Этапы деятельности	Содержание деятельности	
	Преподаватель	**Студент**
Планирование: – определение источников, способов сбора, анализа информации, способов представления результатов; – установление критериев оценки результата и процесса	Корректирует в случае необходимости деятельность студента, предлагает идеи, высказывает предположения	Формулирует задачи и разрабатывает план действий; обсуждает с преподавателем методы исследования
Сбор информации: наблюдение, работа с справочной литературой, нормативно-правовой, учебной, научной и др.	Наблюдает за деятельностью студента, косвенно руководит его исследовательской деятельностью	Собирает и систематизирует информацию по теме
Анализ информации, формулирование выводов	Корректирует деятельность студента, наблюдает, советует	Анализирует собранную информацию
Оформление работы, подготовка к представлению результатов	Консультирует в оформлении реферата и презентации	Оформляет конечные результаты
Представление задания	Оценивает результаты, процесс исследования по заранее установленным критериям	Представляет результаты исследования по заданию в форме устного представления презентации
Подведение итогов, рефлексия и оценка	Оценивает усилия, использованные и неиспользованные возможности, творческий подход студента.	Участвует в коллективном обсуждении, определяет возможности для продолжения исследования

Методические рекомендации при работе над конспектом лекций

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Методические рекомендации студентам по самостоятельной работе над изучаемым материалом и при подготовке к практическим занятиям

Планы практических занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по данной дисциплине.

Прежде чем приступить к изучению темы, необходимо прокомментировать основные вопросы плана семинара. Такой подход преподавателя помогает студентам быстро находить нужный материал к каждому из вопросов, не задерживаясь на второстепенном.

Подготовка к практическом занятию включает 2 этапа:

1й – организационный;

2й - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения публичного выступления. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для различного рода ораторской деятельности.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить

основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора.

Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

Важно развивать у студентов умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования у студентов.

Преподаватель может рекомендовать студентам следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план ВОлне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

- План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.
- Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Ввиду трудоемкости подготовки к практическим занятиям преподавателю следует предложить студентам алгоритм действий, рекомендовать еще раз внимательно прочитать записи лекций и уже готовый конспект по теме занятия, тщательно продумать свое устное выступление.

На занятии каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом

студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т. д.

Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. Преподавателю необходимо внимательно и критически слушать, подмечать особенное в суждениях студентов, улавливать недостатки и ошибки, корректировать их знания, и, если нужно, выступить в роли рефери. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную выступающим студентом.

В заключение преподаватель, как руководитель, подводит итоги занятий. Он может (выборочно) проверить конспекты студентов и, если потребуется, внести в них исправления и дополнения.

Самостоятельная работа способствует сознательному усвоению, углублению и расширению теоретических знаний; формируются необходимые профессиональные умения и навыки и совершенствуются имеющиеся; происходит более глубокое осмысление методов научного познания конкретной науки, овладение необходимыми умениями творческого познания.

Основными формами самостоятельной работы являются:

- конспектирование лекций и прочитанного источника;
- проработка материалов прослушанной лекции;
- самостоятельное изучение программных вопросов, указанных преподавателем на лекциях и выполнение домашних заданий;
- формулирование тезисов;
- составление аннотаций и написание рецензий;
- обзор и обобщение литературы по интересующему вопросу;
- изучение научной литературы;
- подготовка к семинарским занятиям, зачетам и экзаменам;
- подготовка и защита реферата, электронных презентаций.

Рекомендации по оцениванию устных ответов студентов на семинарских занятиях и выполнении практических заданий.

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы в начале каждого практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

– полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

– сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

– логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

– рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее

прогрессивные и эффективные способы достижения цели);

– своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);

– использование дополнительного материала (обязательное условие);

– рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

Оценка «5» ставится, если студент:

1) полно и аргументированно отвечает по содержанию задания;

2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;

3) излагает материал последовательно и правильно.

Оценка «4» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «3» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;

2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;

3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Оценка «2» ставится, если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Методические рекомендации по подготовке научных сообщений

Научное сообщение – творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это должно поощряться), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой.

Цель написания научного сообщения – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

При написании необходимо:

- изучить теоретическую литературу по предмету исследования;
- в развернутом виде представить историю и теорию вопроса;
- осветить основные положения темы сообщения;
- указать разные точки зрения на предмет исследования;

- обозначить свое видение проблемы изучения;
- сделать выводы по теме исследования;
- обозначить перспективу изучения проблемы;
- указать литературу по теме исследования;
- приложить глоссарий.

Подготовка сообщения подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение.

Работа должна быть графически и методически грамотно оформлена. При написании необходимо: а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования; б) составить план, в котором следует отразить: *введение,* в котором ставится цель и задачи исследования; *историю и теорию вопроса* (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); *основную часть работы*; *заключение*, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; *список литературы, Интернет-ресурсы, глоссарий*; *приложение* (таблицы, карты и др.) в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения.

Подготовка презентации по теме научного сообщения

Практические советы для создания эффективной структуры кадра и удобного восприятия при оформлении результатов работы в виде презентации:

– объекты, которые несут сравнительно самостоятельную, отличную от других информацию, следует графически разделить;

– объекты можно объединить, пользуясь единой формой, цветом, размером или заключением в рамку;

– при компоновке отдельных кадров необходимо следить, чтобы объекты располагались по всему полю кадра;

– главное содержание и компоненты кадра, расположенные в местах плохого восприятия, выделять эффективными способами: контрастный цвет; черная или цветная рамка; контрастный цвет, заключенный в черную рамку; увеличение размера объекта; не следует применять в кадре большое количество цветов, чтобы не создавать пестроты, которая утомляет зрение. Наименьшее утомление глаз вызывают желтый, желто-зеленый, зеленый и светлые ахроматические цвета. Если кадр рассматривается с близкого расстояния, цвета могут быть не очень насыщенными с примесью серого, а если кадр изучают с большого расстояния в пределах учебного кабинета, то необходимы яркие насыщенные тона; система окраски должна четко разграничивать отдельные части кадра.

Шкала оценивания презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыт полностью. Проведе анализ проблемы привлечением дополнительной литературы. Вывод обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна логически связан Использовано более профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point . Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Powe Point). Отсутствуют ошибки представляемой информации.

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ
Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Нет ответов н вопросы
Итоговая оценка				

Дескрипторы для поэлементного оценивания сообщения

Уровень 5 – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание работы соответствует теме; работа оформлена с высоким качеством, оригинально.

Уровень 4 – основная идея содержательна; работа оформлена хорошо, традиционно.

Уровень 3 – идея ясна, но, возможно, шаблонна; работа оформлена некачественно, имеются методические и технические ошибки.

Уровень 2 – основная идея очевидна, но слишком проста или неоригинальна (вторична), методические и технические ошибки значительны.

Уровень 1 – основная идея поверхностна или заимствована; работа не обладает информационно-образовательными достоинствами.

Уровень 0 – основная идея отсутствует или о ней можно только догадываться.

Критерии и показатели при оценивании сообщения

Критерии	Показатели
Степень раскрытия сущности проблемы актуальность проблемы и темы;	- новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений

Критерии	**Показатели**
Новизна реферированного текста	- .соответствие плана теме сообщения; - соответствие содержания теме и плану сообщения; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

Методические рекомендации по подготовке к круглым столам

Цель: обсуждение и обобщение дискуссионных вопросов;

развитие способностей анализировать мировоззренческие, научно, социально и личностно значимые вопросы, и проблемы.

Задачи:

– приобретение знаний;

– овладение навыками формирования и выражения собственного мнения,

– развитие способности всестороннего рассмотрения проблемы, толерантного отношения к другим точкам зрения,

– овладение культурой межличностного диалога в условиях дискуссий.

Участники круглого стола: для участия в круглом столе заранее выбираются восемь студентов, которые в парах готовят свои доклады для

выступления по оговоренным с преподавателем темам. Оставшиеся члены группы изучают материалы, предложенные преподавателем для более глубокого ознакомления с проблемой круглого стола. Число участников в среднем должно составлять 10-20 человек.

Организация работы круглого стола: тема и обсуждаемые вопросы (доклады) планируются и объявляются заранее и участников знакомят с ними до начала работы. Это дает возможность участникам подготовить аргументы, материалы для демонстрации, цифры и факты. Работу круглого стола организует ведущий. Участники круглого стола имеют право высказывать свою позицию по существу рассматриваемых вопросов, но не более чем в объёме 3 минут по каждому рассматриваемому вопросу. Ведущий круглого стола предлагает порядок хода обсуждения, объявляет вопросы для обсуждения, следит за порядком и соблюдением регламента. В случае необходимости, корректирует ход дискуссии.

Подготовка докладчиков:

– знакомство участников с сущностью, особенностями, правилами организации и проведения круглых столов;

– выбор темы для доклада;

– определение исходного тезиса и плана доклада;

– подбор, изучение и анализ основной литературы по выбранной проблеме;

– разработка основных понятий, аргументов, контраргументов;

– разработка презентации.

Подготовка участников: проработка специальной литературы, предложенной преподавателем.

Распределение времени: 5 мин. – вступительное слово ведущего 7 мин. – доклад 1 13 10 мин. – обсуждение 7 мин. – доклад 2 10 мин. – обсуждение 7 мин. – доклад 3 10 мин. – обсуждение 7 мин. – доклад 4 10 мин. – обсуждение 10 мин – подведение итогов

Рекомендуемые приемы для участников дискуссии, повышающие эффективность группового обсуждения:

• Уточняющие вопросы: побуждают четче оформлять и аргументировать мысли («Что вы имеете в виду, когда говорите, что…?», «Как вы докажете, что это верно?»).

• Перефразирование: повторение ведущим высказывания, чтобы стимулировать переосмысление и уточнение сказанного («Вы говорите, что…?», «Я так вас понял?»).

• Демонстрация непонимания – побуждение докладчика повторить, уточнить суждение («Я не совсем понимаю, что вы имеете в виду. Уточните, пожалуйста»).

• Альтернатива: предложение другой точки зрения, акцент на ином подходе к рассматриваемой проблеме. Рекомендации для участника дискуссии в изложении сво- ей точки зрения:

• Позиция (в чем заключается ваша точка зрения) «Я считаю, что…».

• Обоснование (на чем вы основываетесь, довод в поддержку вашей

позиции) – «…потому, что…».

• Пример (факты, иллюстрирующие ваш довод) – «…например…».

• Следствие (вывод, что надо сделать, призыв к принятию вашей позиции) – «…поэтому….».

Подведение итогов круглого стола:

1. Напоминание целей и задач круглого стола.

2. Анализ итоговой расстановки участников встречи по точкам зрения на проблему.

3. Формирование общей позиции, к которой пришли или близки все участники встречи.

4. Ориентирование студентов на изучение вопросов, ко- торые не нашли должного освещения на занятии.

5. Слова благодарности всем участникам.

Примерные вопросы для обсуждения результатов круглого стола с участниками:

• Чьи выступления вам понравились? Почему?

• Какие выступления запомнились больше всего? Чем?

• Чьи вопросы вызвали затруднение? Почему?

• Были ли отходы от основной темы, сужение темы? Почему?

• Как вы оцениваете общую культуру участников? В чем она проявилась?

• Что бы вы предложили по совершенствованию проведения круглых столов?

• Как вы оцениваете свое участие (умение слушать, выступать, сдерживать или проявлять эмоции, сопереживать и т.д.)?

• Достигнута ли главная цель круглого стола?

Критерии оценки докладчика: преподаватель или другие участники круглого стола (экспертный совет) оценивают докладчиков по 4-бальной системе согласно следующим критериям:

	Докладчик 1	Докладчик 2	…
Содержательность выступлений			
Содержательность ответов на вопросы			
Глубина и полнота рассмотрения темы			
Структурированность доклада			
Всестороннее рассмотрение проблемы			
Рациональность использования времени			

Культура общения			
Выразительность речи и лексическое богатство языка			
Манера вежливого обращения к собеседникам и умение уважительно отвечать им			
Свободное владение материалом, смежным с рассматриваемой темой			
Понятность презентационных материалов			
Сумма оценок:			

8 итоговых баллов выставляется студенту, если в сумме он получает более 45 игровых баллов;

7 итоговых баллов выставляется студенту, если в сумме он получает более 38, но менее 44 игровых балла;

6 итоговых баллов выставляется студенту, если в сумме он получает более 33, но менее 37 игровых баллов;

5 итоговых баллов выставляется студенту, если в сумме он получает более 25, но менее 32 игровых баллов.

4 и менее итоговых балла выставляется студенту, если в сумме он получает менее 25 игровых баллов.

Критерии оценки участника дискуссии: преподаватель или экспертный совет, составленный из других преподавателей кафедры, оценивают участников дискуссии по 5-бальной системе согласно следующим критериям:

– Определение собственной позиции в дискуссии либо формулирование существенного замечания.

– Использование доказательств, подтверждающих высказываний или представление информации, опирающейся на факты.

– Постановка уточняющего вопроса либо формулирование аналогии, либо выявление противоречия.

– Общая активность в дискуссии.

– Тактичность и владение культурой общения.

6 итоговых баллов выставляется студенту, если в сумме он получает 20 и более игровых баллов;

5 итоговых баллов выставляется студенту, если в сумме он получает более 15, но менее 20 игровых баллов;

4 итоговых балла выставляется студенту, если в сумме он получает более 10, но менее 14 игровых балла;

3 и менее итоговых баллов выставляется студенту, если в сумме он получает менее 9 игровых баллов.

В ходе подготовки к занятиям студент должен изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на практические занятия. Готовясь к докладу или научному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и ВКР

3.2. Задания на самостоятельную работу

Задания на самостоятельную работу по теме 1 «Язык — как средство коммуникации»

Цель: формирование коммуникативной компетенции в профессиональной сфере по выше указанной теме, а также освоение, повторение и закрепление грамматических и лексических структур, которые наиболее часто используются в профессиональной речи

Содержание:

- Выполнение грамматических упражнений (на основе учебно-практического пособия см. табл.3.2., п.5),
- заучивание новых лексических единиц (НЛЕ),
- обратный перевод (с русского языка на иностранный и с иностранного на русский язык);
- вопросно-ответные упражнения,
- составление монологического высказывания по изучаемой теме «Средства коммуникации в условиях глобализации общества»,
- выполнение творческого проекта (Power Point Presentation) «Языковые универсалии»

Срок выполнения: до проведения следующего аудиторного (практического) занятия в соответствии с расписанием занятий в университете

Ориентировочный объем сообщения: не менее пяти слайдов.

Задания: комплекс упражнений из учебного пособия (см. таблицу 3.2 - Методические указания, используемые при изучении дисциплины)

Отчетность: рабочая тетрадь.
Метод оценки: пятибалльная.
Источники: обязательные и дополнительные

Задания на самостоятельную работу по теме 2 «Контакты»

Цель: формирование коммуникативной компетенции в профессиональной сфере по выше указанной теме, а также освоение, повторение и закрепление грамматических и лексических структур, которые наиболее часто используются в профессиональной речи

Содержание:

- Выполнение грамматических упражнений (на основе учебно-практического пособия см. табл.3.2., п.5),
- заучивание новых лексических единиц (НЛЕ),
- обратный перевод (с русского языка на иностранный и с иностранного на русский язык);
- вопросно-ответные упражнения,
- составление монологического высказывания по изучаемой теме «Каким «*вариантом*» языка пользоваться классическим, сленгом и т.д.»,
- выполнение творческого проекта (Power Point Presentation) «Трудности перевода»

Срок выполнения: до проведения следующего аудиторного (практического) занятия в соответствии с расписанием занятий в университете

Ориентировочный объем сообщения: не менее пяти слайдов.

Задания: комплекс упражнений из учебного пособия (см. таблицу 3.2 - Методические указания, используемые при изучении дисциплины)

Отчетность: рабочая тетрадь.
Метод оценки: пятибалльная.
Источники: обязательные и дополнительные

Задания на самостоятельную работу по теме 3 «Деловые письма, факсы, памятки»

Цель: формирование коммуникативной компетенции в профессиональной сфере по выше указанной теме, а также освоение, повторение и закрепление грамматических и лексических структур, которые наиболее часто используются в профессиональной речи

Содержание:

- Выполнение грамматических упражнений (на основе учебно-практического пособия см. табл.3.2., п.5),
- заучивание новых лексических единиц (НЛЕ),
- обратный перевод (с русского языка на иностранный и с иностранного на русский язык);
- вопросно-ответные упражнения,
- составление монологического высказывания по изучаемой теме «Каким «*вариантом*» языка пользоваться классическим, сленгом и т.д.»,

- выполнение творческого проекта (Power Point Presentation) «Мыло» - общеупотребительные сокращения, принятые в электронной переписке.

Срок выполнения: до проведения следующего аудиторного (практического) занятия в соответствии с расписанием занятий в университете

Ориентировочный объем сообщения: не менее пяти слайдов.

Задания: комплекс упражнений из учебного пособия (см. таблицу 3.2 - Методические указания, используемые при изучении дисциплины)

Отчетность: рабочая тетрадь.

Метод оценки: пятибалльная.

Источники: обязательные и дополнительные

Задания на самостоятельную работу по теме 4 «Телефон как средство общения»

Цель: формирование коммуникативной компетенции в профессиональной сфере по выше указанной теме, а также освоение, повторение и закрепление грамматических и лексических структур, которые наиболее часто используются в профессиональной речи

Содержание:

- Выполнение грамматических упражнений (на основе учебно-практического пособия см. табл.3.2., п.5),
- заучивание новых лексических единиц (НЛЕ),
- обратный перевод (с русского языка на иностранный и с иностранного на русский язык);
- вопросно-ответные упражнения,
- составление диалогического высказывания по изучаемой теме «Разговор с деловым партнером»,
- выполнение творческого проекта (Power Point Presentation) «Телефонный этикет»

Срок выполнения: до проведения следующего аудиторного (практического) занятия в соответствии с расписанием занятий в университете

Ориентировочный объем сообщения: не менее пяти слайдов.

Задания: комплекс упражнений из учебного пособия (см. таблицу 3.2 - Методические указания, используемые при изучении дисциплины)

Отчетность: рабочая тетрадь.

Метод оценки: пятибалльная.

Источники: обязательные и дополнительные

Задания на самостоятельную работу по теме 5 «Составление резюме, заметок, отчетов»

Цель: формирование коммуникативной компетенции в профессиональной сфере по выше указанной теме, а также освоение, повторение и закрепление грамматических и лексических структур, которые наиболее часто используются в профессиональной речи.

Содержание:

- Выполнение грамматических упражнений (на основе учебно-практического пособия см. табл.3.2., п.5),
- заучивание новых лексических единиц (НЛЕ),
- обратный перевод (с русского языка на иностранный и с иностранного на русский язык);
- вопросно-ответные упражнения,
- составление монологического высказывания по изучаемой теме «Формирование личного досье»,
- выполнение творческого проекта (Power Point Presentation) «Шаблоны документов»

Срок выполнения: до проведения следующего аудиторного (практического) занятия в соответствии с расписанием занятий в университете

Ориентировочный объем сообщения: не менее пяти слайдов.

Задания: комплекс упражнений из учебного пособия (см. таблицу 3.2 - Методические указания, используемые при изучении дисциплины)

Отчетность: рабочая тетрадь.

Метод оценки: пятибалльная.

Источники: обязательные и дополнительные

Задания на самостоятельную работу по теме 6 «Проведение встреч, совещаний и обсуждение. Презентации»

Цель: формирование коммуникативной компетенции в профессиональной сфере по выше указанной теме, а также освоение, повторение и закрепление грамматических и лексических структур, которые наиболее часто используются в профессиональной речи

Содержание:

- Выполнение грамматических упражнений (на основе учебно-практического пособия см. табл.3.2., п.5),
- заучивание новых лексических единиц (НЛЕ),
- обратный перевод (с русского языка на иностранный и с иностранного на русский язык);
- вопросно-ответные упражнения,
- составление диалогического высказывания по изучаемой теме «Деловой завтрак»,
- выполнение творческого проекта (Power Point Presentation) «Тайм менеджмент»

Срок выполнения: до проведения следующего аудиторного (практического) занятия в соответствии с расписанием занятий в университете

Ориентировочный объем сообщения: не менее пяти слайдов.

Задания: комплекс упражнений из учебного пособия (см. таблицу 3.2 - Методические указания, используемые при изучении дисциплины)

Отчетность: рабочая тетрадь.

Метод оценки: пятибалльная.

Источники: обязательные и дополнительные

Задания на самостоятельную работу по теме 7 «Работа и карьера: анкетирование, проведение интервью, составление резюме»

Цель: формирование коммуникативной компетенции в профессиональной сфере по выше указанной теме, а также освоение, повторение и закрепление грамматических и лексических структур, которые наиболее часто используются в профессиональной речи.

Содержание:

- Выполнение грамматических упражнений (на основе учебно-практического пособия см. табл.3.2., п.5),
- заучивание новых лексических единиц (НЛЕ),
- обратный перевод (с русского языка на иностранный и с иностранного на русский язык);
- вопросно-ответные упражнения,
- составление монологического высказывания по изучаемой теме «Карьера и личная жизнь»,
- выполнение творческого проекта (Power Point Presentation) «HH (Head hunting): цели и задачи обеих сторон»

Срок выполнения: до проведения следующего аудиторного (практического) занятия в соответствии с расписанием занятий в университете

Ориентировочный объем сообщения: не менее пяти слайдов.

Задания: комплекс упражнений из учебного пособия (см. таблицу 3.2 - Методические указания, используемые при изучении дисциплины)

Отчетность: рабочая тетрадь.

Метод оценки: пятибалльная.

Источники: обязательные и дополнительные

Задания на самостоятельную работу по теме 8 «Деловые и профессиональные отношения (создание микроклимата в коллективе)»

Цель: формирование коммуникативной компетенции в профессиональной сфере по выше указанной теме, а также освоение, повторение и закрепление грамматических и лексических структур, которые наиболее часто используются в профессиональной речи

Содержание:

- Выполнение грамматических упражнений (на основе учебно-практического пособия см. табл.3.2., п.5),
- заучивание новых лексических единиц (НЛЕ),
- обратный перевод (с русского языка на иностранный и с иностранного на русский язык);
- вопросно-ответные упражнения,
- составление диалогического высказывания по изучаемой теме «Этика карьерного роста»,
- выполнение творческого проекта (Power Point Presentation) «Межкультурная коммуникация вделовом мире»

Срок выполнения: до проведения следующего аудиторного (практического) занятия в соответствии с расписанием занятий в университете

Ориентировочный объем сообщения: не менее пяти слайдов.

Задания: комплекс упражнений из учебного пособия (см. таблицу 3.2 - Методические указания, используемые при изучении дисциплины)

Отчетность: рабочая тетрадь.

Метод оценки: пятибалльная.

Источники: обязательные и дополнительные

3.3 Оценка самостоятельной работы студентов (СРС)

Контроль самостоятельной работы (КСР) – вид контактной внеаудиторной работы обучающихся по образовательной программе. КСР осуществляется преподавателем по результатам отчетов студентов. Оценка КСР выставляется по пятибалльной системе в отдельную ведомость и учитывается при аттестации студентов по дисциплине в период зачетно-экзаменационной сессии.

3.4 Задания для самостоятельной работы

Тесты

Английский язык

1. Economics like every other intellectual discipline ____ its roots in early Greece and Rome.

A. have B. has C. are

2. Adam Smith's vision of the economy might ____strange to modem minds.

A. to seem B. seen C. seem

3. The natural forces of market competition ____into play to establish equality between demand and supply for each commodity.

A. come B. comes C. to come

4. Marketing research ____to assess the market's response to the firm's marketing inputs.

A. is used B. are used C. used

5. Marketing research can ____as an operational or tactical activity and as a strategic activity.

A. view B. to view C. be viewed

6. Forecasting the success or failure of new product introductions ____also important.

A. are B. is C. am

7. How ____Philip Kotler define marketing?

A. do B. has C. does

8. When ____marketing research begin as a formal scientific discipline?

A. did B. done C. do

9. How could marketing research ____less expensive?

A. be made B. made C. make

10. A major focus of marketing channel management ____on delivery.

A. is B. are C. were

11. In fact, the four types of utility (form, time, place and possession) are inseparable: there can be no “complete” product without ____all four into any given object, idea or service.

A. incorporate B. incorporates C. incorporating

12. Many partners coordinate their efforts ____possible the delivery of goods.

A. to be made B. make C. to make

13. Channels of marketing are of the ____importance and effectiveness in health care delivery.

A. much B. most C. more

14. The only way ____marketing channels is to digest them.

A. to use B. using C. use

15. Public and private goods could be available ____consumption only through distribution.

A. to B. for C. in

16. The law of supply states that sellers ____more of a product at a higher price and less at a lower price.

A. will offer B. offer C. offers

17. Supply and demand schedules tell us how ____items buyers would offer at different prices.

A. more B. many C. much

18. The market price is ____at which goods or services will actually be exchanged for money.

A. ones B. one C. the one

19. The price at which supply exactly equals demand ____as the market price.

A. known B. knew C. is known

20. If it ____sellers less to produce their products, they will be able to offer more of them for sale.

A. cost B. costs C. will cost

21. Most producers can make ____than one product.

A. much B. the most C. more

22. Buyers and sellers have full knowledge of the prices ____in the market.

A. quoted B. quoting C. been quoted

23. Demand varies ____with price.

A. inversely B. inverse C. inversing

24. At a higher price ____items would be bought than at a lower one.
A. few B. fewer C. less
25. Money ____in one-half of almost all exchange.
A. is used B. used C. are used
26. In barter economy ____no medium of exchange.
A. there are B. there is C. there were
27. The main feature of money is ____acceptance as the means of payment or medium of exchange.
A. his B. their C. its
28. To be accepted in exchange, money has ____a store of value.
A. been B. be C. to be
29. In its broad meaning the term "managers" applies to the people who_ for making and carrying out decisions within a certain system.
A. responsible B. are responsible C. is responsible
30. Almost everything a manager ____involves decision-making.
A. does B. did C. do
31. There is a lot to be done and relatively ____time to do it.
A. few B. a few C. little
32. To do this ____ , the must use their authority.
A. successful B. success C. successfully
33. When you ____at the world from an airplane, you can see much more than when you are on the ground.
A. look down B. are looking down C. looking down
34. Over the recent years psychological tests ____to determine what characteristics are most commonly noted among successful leaders.
A. have been used B. was used C. used
35. Good managers must ____to tolerate frustration and stress.
A. able B. be able C. to be able
36. More and more managers ____their intuition and trusting it when making decisions.
A. are using B. use C. have used
36. An effective manager gives constructive criticism and never ____personal attacks.
A. makes B. make C. doesn't make
38. ____company spends on advertising. ____its profit.
A. the more...the more B. more...more C. more...much
39. Advertising is one of ____industries.
A. large B. larger C. the largest
40. Advertising helps the economy as a whole by ____consumer demand.

A. stimulation B. stimulating C. stimulate

41. Today Internet connects up to 40 mln people around the globe and ____by as much as 10% per month.

A. grow B. grows C. is growing

42. Management is the art of making people more effective than they would____ without you.

A. have been B. be C. has been

43. When you appreciate what someone has done, let them ____and put it in writing.

A. to know B. knew C. know

44. Keep things “light” and have fun rather than ____too serious. Seriousness blocks productivity.

A. being B. have been C. having been

45. Please. Stop ____me email at this address.

A. to send B. sending C. having been

46. We prefer new methods of work ____.

A. being used B. were used C. having used

Немецкий язык

1. Wirtschaft wie jede andere intellektuelle Disziplin _ _ _ _ ihre Wurzeln im frühen Griechenland und Rom.

A. haben B. hat C. sind

2. Adam Smiths Vision von der Wirtschaft könnte ___ _ seltsam in den Köpfen.

A. zu scheinen B. gesehen C. scheinen

3. Die natürlichen Kräfte des Marktwettbewerbs ____ins Spiel, um die Gleichheit zwischen Nachfrage und Angebot für jede Ware zu etablieren.

A. kommen B. kommt C. zu kommen

4. Marketing Research ____, um die Reaktion des Marktes auf die Marketing-Inputs des Unternehmens zu bewerten.

A. verwendet wird B. verwendet werden C. verwendet

5. Marketingforschung kann ____als operative oder taktische Aktivität und als strategische Aktivität.

A. ansicht B. zur Ansicht C. angesehen werden

6. Prognose der Erfolg oder Misserfolg der neuen Produkteinführungen ____auch wichtig.

A. sind B. ist C. bin

7. Wie ___ _ _ Philip Kotler Marketing definieren?

A. do B. hat C. does

8. Wann ___ _ _ Marketingforschung als formale wissenschaftliche Disziplin beginnen?

A. hat B. getan C. getan

9. Wie könnte Marketing-Forschung ___ _ weniger teuer?

A. gemacht werden B. gemacht C. machen

10. Ein Hauptaugenmerk des Marketing Channel Managements ____auf der Lieferung.

A. ist B. sind C. waren

11. Tatsächlich sind die vier Arten von Nutzen (Form, Zeit, Ort und Besitz) untrennbar miteinander verbunden: Es kann kein "vollständiges" Produkt ohne ____alle vier in ein bestimmtes Objekt, eine Idee oder eine Dienstleistung.

A. einbeziehen B. einbeziehen C. einbeziehen

12. Viele Partner koordinieren ihre Bemühungen ___ _ möglich die Lieferung von Waren.

A. gemacht werden B. machen C. machen

13. Marketingkanäle sind von der ___ _ Bedeutung und Wirksamkeit in der Gesundheitsversorgung.

A. viel B. die meisten C. mehr

14. Der einzige Weg, ____marketing-Kanäle, ist Sie zu verdauen.

A. zu verwenden B. mit C. verwenden

15. Öffentliche und private Güter könnten nur über den Vertrieb verfügbar sein.

A. bis B. für C. in

16. Das Gesetz der Versorgung besagt, dass Verkäufer ____mehr von einem Produkt zu einem höheren Preis und weniger zu einem niedrigeren Preis.

A. wird anbieten B. Angebot C. Angebote

17. Angebot und nachfrage zeitpläne sagen uns, wie ___ _ artikel käufer würde bieten zu verschiedenen preisen.

A. mehr B. viele C. viel

18. Der Marktpreis ist ____, zu dem Waren oder Dienstleistungen tatsächlich gegen Geld eingetauscht werden.

A. eins B. eins C. das eine

19. Der Preis, zu dem das Angebot genau der Nachfrage ____als Marktpreis entspricht.

A. bekannt B. wusste C. ist bekannt

20. Wenn es ___ _ Verkäufer weniger ihre Produkte zu produzieren, werden sie in der Lage sein, mehr von ihnen zum Verkauf anzubieten.

A. kosten B. Kosten C. kosten

21. Die meisten Hersteller können ____mehr als ein Produkt herstellen.

A. viel B. die meisten C. mehr

22. Käufer und Verkäufer haben volle Kenntnis der Preise ____auf dem Markt.

A. zitiert B. zitiert C. zitiert worden

23. Die Nachfrage variiert ____mit dem Preis.

A. umgekehrt B. umgekehrt C. umgekehrt

24. Zu einem höheren Preis würden ___ _ Artikel gekauft als zu einem niedrigeren.

A. wenige B. weniger C. weniger

25. Geld ____ _ in der Hälfte fast aller Austausch.

A. verwendet wird B. verwendet C. verwendet werden

26. In Tauschwirtschaft ____kein Tauschmittel.

A. es gibt B. es gibt C. es gab

27. Das Hauptmerkmal von Geld ist ___ _ Akzeptanz als Zahlungsmittel oder Tauschmittel.

A. seine B. Ihre C. sein

28. Um im Austausch akzeptiert zu werden, hat Geld ____einen Wertspeicher.

A. worden B. werden C. werden

29. In seiner weit gefassten Bedeutung bezieht sich der Begriff "Manager" auf die Personen, die innerhalb eines bestimmten Systems Entscheidungen treffen und treffen.

A. verantwortlich B. sind verantwortlich C. ist verantwortlich

30. Fast alles, was ein Manager ___ _ mit Entscheidungsfindung zu tun hat.

A. tut B. tat C. tun

31. Es gibt viel zu tun und relativ ____Zeit, es zu tun.

A. wenige B. ein paar C. wenig

32. To tun Sie dies____, müssen die ihre Autorität nutzen.

A. erfolgreich B. erfolgreich C. erfolgreich

33. Wenn Sie die Welt von einem Flugzeug aus ____betrachten, können Sie viel mehr sehen, als wenn Sie am Boden sind.

A. nach unten schauen B. nach unten schauen C. nach unten schauen

34. In den letzten Jahren psychologische Tests ____, um zu bestimmen, welche Eigenschaften am häufigsten unter erfolgreichen Führungskräften festgestellt werden.

A. wurden verwendet B. wurde verwendet C. verwendet

35. Gute Manager müssen Frustration und Stress tolerieren.

A. fähig B. fähig C. fähig sein

36. Immer mehr Manager ____ihre Intuition und vertrauen es, wenn Entscheidung.

A. verwenden B. verwenden C. verwendet haben

36. Ein effektiver Manager gibt konstruktive Kritik und niemals ___ _ persönliche Angriffe.

A. macht B. macht C. macht nicht

38. ____company gibt Werbung aus. ____sein Gewinn.

A. mehr...je mehr B. mehr...mehr C. mehr...viel

39. Werbung ist eine der ___ _ Branchen.

A. groß B. größer C. der größte

40. Werbung hilft der gesamten Wirtschaft durch ___ _ Verbrauchernachfrage.

A. stimulation B. anregend C. stimulieren

41. Heute Internet verbindet bis zu 40 Millionen Menschen rund um den Globus und ____um bis zu 10% pro Monat.

A. wachsen B. wächst C. wächst

42. Management ist die Kunst, Menschen effektiver zu machen, als sie es ohne Sie tun würden.

A. waren B. sein C. war

43. Wenn Sie schätzen, was jemand getan hat,lassen Sie sie ____und es schriftlich.

A. wissen B. wissen C. wissen

44. Halten Sie die Dinge "Licht" und Spaß haben, anstatt ____zu ernst. Ernsthaftigkeit blockiert Produktivität.

A. sein B. gewesen sein C. gewesen sein

45. Bitte. Stop ___ _ _ mir E-Mail an diese Adresse.

A. zu senden B. senden C. gewesen

46. Wir bevorzugen neue Arbeitsmethoden ____.

A. verwendet werden B. verwendet wurden C. verwendet haben

Французский язык

1. L'économie comme toute autre discipline intellectuelle ____ ses racines au début de la Grèce et de Rome.

A. ont B. A C. sont

2. La vision d'Adam Smith de l'économie pourrait _ _ _ _ étrange aux esprits modernes.

A. paraître B. voir C. paraître

3. Les forces naturelles de la concurrence sur le marché _ _ _ _ en jeu pour établir l'égalité entre la demande et l'offre pour chaque produit.

A. Venez B. venez C. à venir

4. Recherche Marketing _ _ _ _ pour évaluer la réponse du marché aux intrants marketing de l'entreprise.

A. est utilisé B. sont utilisés C. utilisé

5. La recherche Marketing peut __ _ _ en tant qu'activité opérationnelle ou tactique et en tant qu'activité stratégique.

A. Voir B. pour voir C. être vu

6. Prévoir le succès ou l'échec des introductions de nouveaux produits _ _ _ _ également important.

A. sont B. est C. am

7. Comment _ _ _ _ Philip Kotler définit le marketing?

A. Faire B. A C. Fait

8. Quand _ _ _ _ la recherche marketing commence comme une discipline scientifique formelle?

A. a fait B. a fait C. a fait

9. Comment pourrait la recherche marketing _ _ _ _ moins cher?

A. être fait B. fait C. faire

10. Un objectif majeur de la gestion des canaux de marketing _ _ _ _ sur la livraison.

A. est B. sont C. étaient

11. En fait, les quatre types d'utilité (forme, Temps, lieu et possession) sont inséparables: il ne peut y avoir de produit “complet” sans ____les quatre dans un objet, une idée ou un service donné.

A. incorporer B. incorporer C. incorporer

12. De nombreux partenaires coordonnent leurs efforts _ _ _ _ possible la livraison des marchandises.

A. à faire B. Faire C. à faire

13. Les canaux de commercialisation sont d'une importance et d'une efficacité ____dans la prestation des soins de santé.

A. beaucoup B. plus c. plus

14. La seule façon ____canaux de commercialisation est pour les digérer.

A. utiliser B. Utiliser C. utiliser

15. Les biens publics et privés pourraient être disponibles _ _ _ _ consommation uniquement par la distribution.

A. à B. Pour C. Dans

16. La loi de l'offre stipule que les vendeurs ____plus d'un produit à un prix plus élevé et moins à un prix inférieur.

A. offrira B. offre C. offres

17. Les calendriers de l'offre et de la demande nous indiquent comment les acheteurs d'articles ____proposeraient à des prix différents.

A. Plus B. Beaucoup C. Beaucoup

18. Le prix du marché est __ _ _ auquel les biens ou services seront effectivement échangés contre de l'argent.

A. ceux B. Un C. l'un

19. Le prix auquel l'offre est exactement égale à la demande _ _ _ _ comme le prix du marché.

A. connu B. connu C. est connu

20. Si c' ____vendeurs moins cher à produire leurs produits, ils seront en mesure d'offrir plus de leur vente.

A. coût B. coûts C. coût

21. La plupart des producteurs peuvent faire _ _ _ _ qu'un seul produit.

A. beaucoup B. Le plus C. plus

22. Les acheteurs et les vendeurs ont une connaissance complète des prix __ _ _ sur le marché.

A. Cité B. citant C. Cité

23. La demande varie ____avec le prix.

A. inversement B. inverse C. inverse

24. À un prix plus élevé ____les articles achetés qu'à un inférieur.

A. Peu B. moins C. moins

25. Argent ____dans la moitié de presque tous les échanges.

A. est utilisé B. Utilisé C. sont utilisés

26. Dans l'économie de troc _ _ _ _ pas de moyen d'échange.

A. il y a B. il y a C. il y avait

27. La caractéristique principale de l'argent est ____acceptation comme moyen de paiement ou de moyen d'échange.

A. son B. Leur C. Son

28. Pour être accepté en échange, l'argent a ____une réserve de valeur.

A. été B. être C. être

29. Dans son sens large, le terme “gestionnaires” s'applique aux personnes qui_ pour prendre et exécuter des décisions au sein d'un certain système.

A. responsable B. sont responsables C. est responsable

30. Presque tout un gestionnaire _ _ _ _ implique la prise de décision.
A. B. C. ne fait
31. Il y a beaucoup à faire et relativement ____de temps pour le faire.
A. quelques B. quelques C. peu

32. Ko faire cela____, le doit utiliser leur autorité.
A. Succès B. succès C. succès
33. Lorsque vous _ _ _ _ au monde depuis un avion, vous pouvez voir beaucoup plus que lorsque vous êtes au sol.
A. regardez en bas B. regardez en bas C. regardez en bas
34. Au cours des dernières années tests psychologiques _ _ _ _ pour déterminer quelles caractéristiques sont le plus souvent notées parmi les leaders réussis.
A. ont été utilisés B. a été utilisés C. utilisé
35. Les bons gestionnaires doivent _ _ _ _ pour tolérer la frustration et le stress.
A. capable B. être capable C. être capable
36. De plus en plus de gestionnaires _ _ _ _ leur intuition et de lui faire confiance lors de la fabrication
décision.
A. utilisent B. utilisent C. ont utilisé
36. Un gestionnaire efficace donne des critiques constructives et jamais _ _ _ _ attaques personnelles.
A. fait B. fait C. ne fait pas
38. ____company dépense en publicité. ____its profit.
A. le plus...le plus B. plus...C. plus...beaucoup

39. La publicité est l'une des industries____.
A. grand B. plus grand C. Le plus grand
40. La publicité aide l'économie dans son ensemble par _ _ _ _ demande des consommateurs.
A. stimulation B. stimulation C. stimulation
41. Aujourd'hui, Internet connecte jusqu'à 40 millions de personnes dans le monde et ____par autant que 10% par mois.
A. grandir B. grandir C. grandir
42. La gestion est l'art de rendre les gens plus efficaces qu'ils ne le feraient sans vous.
A. ont été B. être C. a été
43. Lorsque vous appréciez ce que quelqu'un a fait, laissez ____et de le mettre par écrit.
A. savoir B. savoir C. savoir
44. Gardez les choses "légères" et amusez-vous plutôt que ____trop sérieux. Le sérieux bloque la productivité.
A. être B. avoir été C. avoir été
45. S'il vous plaît. Arrêtez ____moi par courriel à cette adresse.
A. envoyer B. envoyer C. avoir été
46. Nous préférons les nouvelles méthodes de travail ____.

A. être utilisé B. ont été utilisés C. avoir utilisé

3.5 Вопросы для реферирования

Задание 1: Прочитайте статью и ответьте на вопросы, данные после статьи.

Английский язык

Games People Play at Meetings

Do you ever feel as though you spend all your time in meetings? Henry Mintzberg in his book "The Nature of Managerial Work" found that in large organizations managers spent 22 per cent of their time at their desk, 6 per cent on the telephone, 3 per cent on other activities, but a whopping 69 per cent in meetings.

There is a widely-held but mistaken belief that meetings are for "solving problems" and "making decisions". For a start, the number of people attending a meeting tends to be inversely proportional to their collective ability to reach conclusions and make decisions. And these are the least important elements.

Instead hours are devoted to side issues, playing elaborate games with one another. It seems, therefore, that meetings serve some purposes other than just making decisions.

All meetings have one thing in common: role-playing. The most formal role is that of chairman. He (and it is usually he) sets the agenda, and a good chairman will keep the meeting running on time and to the point. Sadly, the other, informal, role-players are often able to gain the upper hand. Chief is the "constant talker", who just loves to hear his or her own voice.

Then there are the "can't do" types, who want to maintain the status quo. Since they have often been in the organization for a long time, they frequently quote historical experience as a ploy to block change: "It won't work, we tried that in 1984 and it was a disaster". A more subtle version of the "can't do" type, the "yes, but…", has emerged recently. They have learnt about the need to sound positive, but they still can't bear to have things change.

Another whole sub-set of characters are people who love meetings and want them to continue until 5.30 p.m. or beyond. Irrelevant issues are their speciality. They need to call or attend meetings, either to avoid work, or to justify their lack of performance or simply because they do not have enough to do.

Then there are the "counter-dependents", those who usually disagree with everything that's said, particularly if it comes from the chairman or through consensus from the group. These people need to fight authority in whatever form.

Meetings can also provide attenders with a sense of identification of their status and power. In this case managers arrange meetings as a means of communicating to others the boundaries of their exclusive club who is "in" and who is not.

A popular game is pinching someone else's suggestions. This is where someone, usually junior or female, makes an interesting suggestion early in the meeting, which is not picked up. Much later, the game is played, usually by some more senior figure who propounds the idea as his own. The suggestion is of course

identified with the player rather than the initiator.

Because so many meetings end in confusion and without a decision, another more communal game is played at the end of meetings, called reaching a false consensus. Since it is important for the chairman to appear successful in problem-solving and making a decision, the group reaches a false consensus. Everyone is happy having spent their time productively. The reality is that the decision is so ambiguous that it is never acted upon or, if it is, there is continuing conflict, for which another meeting is necessary.

In the end, meeting provide the opportunity for social intercourse to engage in battle in front of our bosses, to avoid unpleasant or unsatisfying work, to highlight our social status and identity. They are, in fact, a necessary though not necessarily productive psychological side-show. Perhaps it is our civilised way of moderating, if not preventing, change.

(from The Economist)

Decide whether these statements are true (+) or false (–), according to the article.

1. According to Henry Mintzberg, managers spend most of their working time having meetings.
2. According to him, the purpose of meetings is to solve problems and make decisions.
3. At a meeting every person is playing a role.
4. The writer mentions eight roles that people play at meetings.
5. A “can’t do” type is in favour of tradition and against new ideas.
6. People who aren’t invited to meetings are regarded as less important by those who do attend.
7. It’s normally junior people who steal other people’s ideas at meetings.
8. Men at meetings no longer treat women as inferiors.
9. Even when no definite decisions are made at a meeting, the people often leave thinking the meeting has been useful.
10. The writer believes that meetings are a waste of time and prevent changes being made.

Немецкий язык

Spiele, die Menschen bei Meetings spielen

Haben Sie jemals das Gefühl, dass Sie Ihre ganze Zeit in Meetings verbringen? Henry Mintzberg fand in seinem Buch "The Nature of Management Work" heraus, dass Manager in großen Organisationen 22 Prozent ihrer Zeit an ihrem Schreibtisch verbrachten, 6 Prozent am Telefon, 3 Prozent an anderen Aktivitäten, aber satte 69 Prozent in Meetings.

Es gibt eine weit verbreitete, aber falsche Überzeugung, dass Treffen dazu dienen, "Probleme zu lösen" und "Entscheidungen zu treffen". Zunächst ist die Anzahl der Personen, die an einem Meeting teilnehmen, tendenziell umgekehrt proportional zu ihrer kollektiven Fähigkeit, Schlussfolgerungen zu ziehen und

Entscheidungen zu treffen. Und das sind die am wenigsten wichtigen Elemente.

Stattdessen widmet man sich den Nebensächlichkeiten und spielt aufwendige Spiele miteinander. Es scheint daher, dass Besprechungen anderen Zwecken dienen als nur Entscheidungen zu treffen.

Alle Meetings haben eines gemeinsam: Rollenspiele. Die formellste Rolle ist die des Vorsitzenden. Er (und es ist normalerweise er) legt die Tagesordnung fest, und ein guter Vorsitzender wird das Treffen pünktlich und auf den Punkt bringen. Leider können die anderen, informellen Rollenspieler oft die Oberhand gewinnen. Chief ist der "Constant Talker", der es einfach liebt, seine eigene Stimme zu hören.

Dann gibt es die" can 't do" - Typen, die den Status quo beibehalten wollen. Da sie oft lange in der Organisation waren, zitieren sie häufig historische Erfahrungen als Trick, um Veränderungen zu blockieren: "Es wird nicht funktionieren, das haben wir 1984 versucht und es war eine Katastrophe". Eine subtilere Version des Typs "kann nicht", das "Ja, aber...", ist kürzlich aufgetaucht. Sie haben gelernt, dass es notwendig ist, positiv zu klingen, aber sie können es immer noch nicht ertragen, dass sich die Dinge ändern.

Eine weitere ganze Reihe von Charakteren sind Menschen, die Meetings lieben und möchten, dass sie bis 17.30 Uhr oder darüber hinaus fortgesetzt werden. Irrelevante Themen sind ihre Spezialität. Sie müssen Meetings anrufen oder besuchen, entweder um Arbeit zu vermeiden oder um ihre mangelnde Leistung zu rechtfertigen oder einfach, weil sie nicht genug zu tun haben.

Dann gibt es die" Gegenabhängigen", diejenigen, die normalerweise mit allem, was gesagt wird, nicht einverstanden sind, insbesondere wenn es vom Vorsitzenden oder durch Konsens aus der Gruppe kommt. Diese Leute müssen Autorität in welcher Form auch immer bekämpfen.

Meetings können den Teilnehmern auch ein Gefühl der Identifikation ihres Status und ihrer Macht vermitteln. In diesem Fall arrangieren Manager Meetings, um anderen die Grenzen ihres exklusiven Clubs mitzuteilen, wer "in" ist und wer nicht.

Ein beliebtes Spiel ist das Kneifen der Vorschläge eines anderen. Dies ist, wo jemand, in der Regel junior oder weiblich, macht einen interessanten Vorschlag früh in der Sitzung, die nicht abgeholt wird. Viel später wird das Spiel gespielt, normalerweise von einer älteren Figur, die die Idee als seine eigene begründet. Der Vorschlag wird natürlich eher mit dem Spieler als mit dem Initiator identifiziert.

Da so viele Meetings in Verwirrung und ohne Entscheidung enden, wird am Ende der Meetings ein weiteres gemeinsames Spiel gespielt, das als falscher Konsens bezeichnet wird. Da es für den Vorsitzenden wichtig ist, bei der Problemlösung und Entscheidungsfindung erfolgreich zu sein, erreicht die Gruppe einen falschen Konsens. Jeder ist glücklich, seine Zeit produktiv verbracht zu haben. Die Realität ist, dass die Entscheidung so zweideutig ist, dass sie niemals getroffen wird oder wenn ja, es anhaltende Konflikte gibt, für die ein anderes

Treffen notwendig ist.

Am Ende bieten wir die Möglichkeit für den sozialen Verkehr, vor unseren Chefs zu kämpfen, unangenehme oder unbefriedigende Arbeit zu vermeiden, unseren sozialen Status und unsere Identität hervorzuheben. Sie sind in der Tat eine notwendige, wenn auch nicht unbedingt produktive psychologische Nebenschau. Vielleicht ist es unsere zivilisierte Art, Veränderungen zu moderieren, wenn nicht zu verhindern.

(vom Ökonomen)

Entscheiden Sie gemäß dem Artikel, ob diese Aussagen wahr (+) oder falsch (–) sind.

1. Laut Henry Mintzberg verbringen Manager den größten Teil ihrer Arbeitszeit mit Meetings.

2. Ihm zufolge besteht der Zweck von Treffen darin, Probleme zu lösen und Entscheidungen zu treffen.

3. Bei einem Treffen spielt jede Person eine Rolle.

4. Der Autor erwähnt acht Rollen, die Menschen bei Treffen spielen.

5. Ein " can 't do" - Typ ist für Tradition und gegen neue Ideen.

6. Personen, die nicht zu Besprechungen eingeladen werden, werden von den Anwesenden als weniger wichtig angesehen.

7. Es sind normalerweise junge Leute, die die Ideen anderer Leute bei Meetings stehlen.

8. Männer bei Treffen behandeln Frauen nicht mehr als minderwertig.

9. Selbst wenn bei einem Meeting keine eindeutigen Entscheidungen getroffen werden, verlassen die Leute oft das Denken, dass das Meeting nützlich war.

10. Der Autor glaubt, dass Besprechungen Zeitverschwendung sind und Änderungen verhindern.

Французский язык

Avez-vous déjà l'impression de passer tout votre temps en réunion? Henry Mintzberg dans son livre “The Nature of Managerial Work” a constaté que dans les grandes organisations, les gestionnaires passaient 22% de leur temps à leur bureau, 6% au téléphone, 3% sur d'autres activités, mais un énorme 69% dans les réunions.

Il existe une croyance largement répandue, mais erronée, selon laquelle les réunions servent à “résoudre les problèmes” et à “prendre des décisions”. Pour commencer, le nombre de personnes participant à une réunion a tendance à être

inversement proportionnel à leur capacité collective à tirer des conclusions et à prendre des décisions. Et ce sont les éléments les moins importants.

Au lieu de cela, des heures sont consacrées à des problèmes secondaires, à jouer à des jeux élaborés les uns avec les autres. Il semble donc que les réunions servent à d'autres fins que la simple prise de décisions.

Toutes les réunions ont un point commun: le jeu de rôle. Le rôle le plus formel est celui de président. Il (et c'est généralement lui) fixe l'ordre du jour, et un bon président maintiendra la réunion à temps et au point. Malheureusement, les autres acteurs de rôle informels sont souvent capables de prendre le dessus. Le chef est le "bavard constant", qui aime juste entendre sa propre voix.

Ensuite, il y a les types" ne peuvent pas faire", qui veulent maintenir le statu quo. Comme ils sont souvent dans l'organisation depuis longtemps, ils citent souvent l'expérience historique comme un stratagème pour bloquer le changement: "cela ne fonctionnera pas, nous avons essayé cela en 1984 et ce fut un désastre". Une version plus subtile du type" can't do", le "yes, but but", a émergé récemment. Ils ont appris la nécessité de paraître positifs, mais ils ne peuvent toujours pas supporter que les choses changent.

Un autre sous-ensemble entier de personnages sont des gens qui aiment les réunions et veulent qu'elles continuent jusqu'à 17h30 ou au-delà. Les questions non pertinentes sont leur spécialité. Ils doivent convoquer ou assister à des réunions, soit pour éviter le travail, soit pour justifier leur manque de performance, soit simplement parce qu'ils n'ont pas assez à faire.

Ensuite, il y a les "contre-dépendants", ceux qui sont généralement en désaccord avec tout ce qui est dit, en particulier si cela vient du président ou par consensus du groupe. Ces gens doivent combattre l'autorité sous quelque forme que ce soit.

Les réunions peuvent également fournir aux participants un sentiment d'identification de leur statut et de leur pouvoir. Dans ce cas, les gestionnaires organisent des réunions pour communiquer aux autres les limites de leur club exclusif qui est "in" et qui ne l'est pas.

Un jeu populaire consiste à pincer les suggestions de quelqu'un d'autre. C "est là que quelqu" un, Généralement junior ou femme, fait une suggestion intéressante au début de la réunion, qui n " est pas reprise. Beaucoup plus tard, le jeu est joué, généralement par un personnage plus âgé qui propose l'idée comme la sienne. La suggestion est bien sûr identifiée au joueur plutôt qu'à l'initiateur.

Parce que tant de réunions se terminent dans la confusion et sans décision, un autre jeu plus communautaire se joue à la fin des réunions, appelé atteindre un faux consensus. Comme il est important que le président semble réussir à résoudre les problèmes et à prendre une décision, le groupe parvient à un faux consensus. Tout le monde est heureux d'avoir passé son temps de manière productive. La réalité est que la décision est si ambiguë qu'elle n'est jamais appliquée ou, si elle l'est, qu'il y a

un conflit persistant, pour lequel une autre réunion est nécessaire.

En fin de compte, la réunion offre l'occasion de relations sociales pour s'engager dans la bataille devant nos patrons, pour éviter un travail désagréable ou insatisfaisant, pour mettre en évidence notre statut social et notre identité. Ils sont, en fait, un aspect psychologique nécessaire mais pas nécessairement productif. C'est peut-être notre façon civilisée de modérer, sinon d'empêcher, le changement.

(de L'Économiste)

Décidez si ces déclarations sont vraies (+) ou fausses (–), selon l'article.

1. Selon Henry Mintzberg, les gestionnaires passent la majeure partie de leur temps de travail à tenir des réunions.

2. Selon lui, le but des réunions est de résoudre les problèmes et de prendre des décisions.

3. Lors d'une réunion, chaque personne joue un rôle.

4. L'écrivain mentionne huit rôles que les gens jouent lors des réunions.

5. Un "ne peut pas faire" est en faveur de la tradition et contre les idées nouvelles.

6. Les personnes qui ne sont pas invitées aux réunions sont considérées comme moins importantes par ceux qui y assistent.

7. Ce sont normalement les jeunes qui volent les idées des autres lors des réunions.

8. Les hommes lors des réunions ne traitent plus les femmes comme des inférieures.

9. Même lorsqu'aucune décision définitive n'est prise lors d'une réunion, les gens partent souvent en pensant que la réunion a été utile.

10. L'auteur croit que les réunions sont une perte de temps et empêchent les changements apportés.

Задание 2: прочитайте и переведите на русский язык тексты.

Английский язык

Background information: Different Kinds of Companies

There may be occasions when you have to talk about the company (US English: corporation) you work for. This may be when you're actually showing someone around the place of work or premises. Or you may need to explain to someone how your company or your department is organized, who is responsible for different aspects of the business and how the company is run.

Немецкий язык

Hintergrundinformationen: Verschiedene Arten von Unternehmen

Es kann vorkommen, dass Sie über das Unternehmen (US English: corporation) sprechen müssen, für das Sie arbeiten. Dies kann sein, wenn Sie tatsächlich jemanden um den Arbeitsplatz oder Räumlichkeiten zeigen. Oder Sie müssen jemandem erklären, wie Ihr Unternehmen oder Ihre Abteilung organisiert ist, wer für verschiedene Aspekte des Unternehmens verantwortlich ist und wie das Unternehmen geführt wird.

Французский язык

Informations générales: différents types d'entreprises

Il peut y avoir des occasions où vous devez parler de l'entreprise (US English: corporation) pour laquelle vous travaillez. Cela peut être lorsque vous montrez réellement quelqu'un autour du lieu de travail ou des locaux. Ou vous pourriez avoir besoin d'expliquer à quelqu'un comment votre entreprise ou de votre département est organisé, qui est responsable pour les différents aspects de l'entreprise et de l'entreprise.

Английский язык

Companies and corporations

Companies are a very important part of a country's economy. Business produce goods and services, and they come in every shape and size. Although the vast majority of the world's companies are small, in many countries the economy is dominated by large firms. Large business differ from small ones in a wide variety of ways. In many countries there are nationalized companies belonging to the state, as well as private companies. A private company might be a small firm with just one owner or a very large firm with thousands of shareholders "owning" the firm.

In very large firms the shareholders have very little to do with the day-to-day running of the firm. This is left to the management. Large companies may be organized into several large departments, sometimes even divisions. The organizational structure of some companies is very hierarchical with a board of directors at the top and the various departmental heads reporting to them. Often the only time shareholders can influence the board is at the yearly shareholders' meeting.

Some firms may only produce one good or service. Others may produce many different products; in fact they may seem to be like a collection of "business" inside one company. As a company gets bigger it may expand geographically. Many large firms are multinationals with manufacturing plants and trading locations in several different countries spread around the world.

Немецкий язык

Unternehmen und Unternehmen

Unternehmen sind ein sehr wichtiger Teil der Wirtschaft eines Landes. Unternehmen produzieren Waren und Dienstleistungen, und sie kommen in jeder Form und Größe. Obwohl die überwiegende Mehrheit der Unternehmen der Welt klein ist, wird die Wirtschaft in vielen Ländern von großen Unternehmen dominiert. Große Unternehmen unterscheiden sich auf vielfältige Weise von kleinen. In vielen Ländern gibt es verstaatlichte Unternehmen des Staates sowie private Unternehmen. Ein privates Unternehmen könnte eine kleine Firma mit nur einem Eigentümer oder eine sehr große Firma mit Tausenden von Aktionären sein, die die Firma" besitzen".

In sehr großen Unternehmen haben die Aktionäre sehr wenig mit dem täglichen Betrieb des Unternehmens zu tun. Dies bleibt dem Management überlassen. Große Unternehmen können in mehrere große Abteilungen, manchmal sogar Abteilungen organisiert werden. Die Organisationsstruktur einiger Unternehmen ist sehr hierarchisch, wobei ein Verwaltungsrat an der Spitze steht und die verschiedenen Abteilungsleiter ihnen berichten. Oft ist das einzige Mal, dass Aktionäre den Vorstand beeinflussen können, die jährliche Hauptversammlung.

Einige Firmen können nur eine Ware oder Dienstleistung produzieren. Andere können viele verschiedene Produkte produzieren; in der Tat scheinen sie wie eine Sammlung von "Geschäft" innerhalb eines Unternehmens zu sein. Wenn ein Unternehmen größer wird, kann es geografisch expandieren. Viele große Unternehmen sind multinationale Unternehmen mit Produktionsstätten und Handelsstandorten in verschiedenen Ländern auf der ganzen Welt.

Французский язык

Les entreprises et sociétés

Les entreprises sont une partie très importante de l'économie d'un pays. Les entreprises produisent des biens et des services, et ils viennent dans toutes les formes et tailles. Bien que la grande majorité des entreprises du monde soient petites, dans de nombreux pays, l'économie est dominée par les grandes entreprises. Les grandes entreprises diffèrent des petites de différentes manières. Dans de nombreux pays, il existe des entreprises nationalisées appartenant à l'état, ainsi que des entreprises privées. Une entreprise privée peut-être une petite entreprise avec un seul propriétaire ou une très grande entreprise avec des milliers d'actionnaires “propriétaire” de l'entreprise.

Dans les très grandes entreprises, les actionnaires ont très peu à voir avec le fonctionnement quotidien de l'entreprise. Ceci est laissé à la direction. Les grandes entreprises peuvent être organisées en plusieurs grands départements, parfois même des divisions. La structure organisationnelle de certaines entreprises est très hiérarchique avec un conseil d'administration au sommet et les différents chefs de service qui leur rendent compte. Souvent, le seul moment où les actionnaires peuvent influencer le Conseil d'administration est à l'assemblée annuelle des actionnaires.

Certaines entreprises ne peuvent produire qu'un seul bien ou service. D'autres peuvent produire de nombreux produits différents; en fait, ils peuvent sembler être comme une collection de “affaires” à l'intérieur d'une entreprise. À mesure qu'une entreprise grossit, elle peut s'étendre géographiquement. De nombreuses grandes entreprises sont des multinationales avec des usines de fabrication et des sites commerciaux dans plusieurs pays différents répartis à travers le monde.

Английский язык

Offices

The physical surroundings of most modern places of work, especially offices, are becoming more and more similar. Although there are some differences from country to country, one office looks much like another. Office furniture and equipment tends to be similar – desks, chairs, lamps, filing cabinets, computers, phones, photocopies, etc.

The “atmosphere” of the workplace can influence the effectiveness of a company’s employees. Modern offices are more spacious and better lit, heated, ventilated and air-conditioned than in the past. But of course this is a feature that varies from firm to firm and may be dependent on the size of the company and its corporate “philosophy”. In some companies, the employees work in large open-plan offices without walls between the departments. In others, the staff work more privately in individual offices.

Work relations with other people at the place of work include relationships with fellow employees, workers or colleagues. A great part of work or job satisfaction – some people say the major portion – comes from “getting on” with others at work. Work relations will also include those between management and employees. These relations are not always straightforward, particularly as the management’s assessment of how you’re performing can be crucial to your future career.

Немецкий язык

Büros

Die physische Umgebung der meisten modernen Arbeitsorte, insbesondere der Büros, wird immer ähnlicher. Obwohl es einige Unterschiede von Land zu Land gibt, sieht ein Büro einem anderen ähnlich. Büromöbel und-geräte sind in der Regel ähnlich – Schreibtische, Stühle, Lampen, Aktenschränke, Computer, Telefone, Fotokopien usw.

Die "Atmosphäre" des Arbeitsplatzes kann die Effektivität der Mitarbeiter eines Unternehmens beeinflussen. Moderne Büros sind geräumiger und besser beleuchtet, beheizt, belüftet und klimatisiert als in der Vergangenheit. Aber natürlich ist dies ein Merkmal, das von Firma zu Firma variiert und von der Größe des Unternehmens und seiner Unternehmensphilosophie abhängt. In einigen Unternehmen arbeiten die Mitarbeiter in großen Großraumbüros ohne Wände

zwischen den Abteilungen. In anderen Fällen arbeiten die Mitarbeiter privater in einzelnen Büros.

Arbeitsbeziehungen zu anderen Personen am Arbeitsplatz umfassen Beziehungen zu Kollegen, Arbeitnehmern oder Kollegen. Ein großer Teil der Arbeit oder der Arbeitszufriedenheit – manche Leute sagen, der größte Teil-kommt von "getting on" mit anderen bei der Arbeit. Zu den Arbeitsbeziehungen gehören auch die zwischen Management und Mitarbeitern. Diese Beziehungen sind nicht immer einfach, zumal die Einschätzung des Managements, wie Sie sich verhalten, für Ihre zukünftige Karriere entscheidend sein kann.

Французский язык

Bureau

L'environnement physique de la plupart des lieux de travail modernes, en particulier les bureaux, devient de plus en plus similaire. Bien qu'il existe quelques différences d'un pays à l'autre, un bureau ressemble beaucoup à un autre. Le mobilier et l'équipement de bureau ont tendance à être similaires – bureaux, chaises, lampes, classeurs, ordinateurs, téléphones, photocopies, etc.

L '" atmosphère " du lieu de travail peut influencer l'efficacité des employés d'une entreprise. Les bureaux modernes sont plus spacieux et mieux éclairés, chauffés, ventilés et climatisés que par le passé. Mais bien sûr, il s'agit d'une caractéristique qui varie d'une entreprise à l'autre et peut dépendre de la taille de l'entreprise et de sa "philosophie"d'entreprise. Dans certaines entreprises, les employés travaillent dans de grands bureaux décloisonnés sans murs entre les départements. Dans d'autres, le personnel travaille plus en privé dans des bureaux individuels.

Les relations de travail avec d'autres personnes sur le lieu de travail comprennent les relations avec des collègues, des travailleurs ou des collègues. Une grande partie de la satisfaction au travail ou au travail – certaines personnes disent que la majeure partie – vient de "s'entendre" avec les autres au travail. Les relations de travail comprendront également celles entre la direction et les employés. Ces relations ne sont pas toujours simples, d'autant plus que l'évaluation par la direction de votre rendement peut être cruciale pour votre future carrière.

Задание 3: прочитайте статью и заполните пропуски в конце статьи.

Английский язык

The Eternal Coffee Break

Computers and electronic communications are allowing many people to use their homes as offices. But offices will never disappear entirely. Instead, the office of the future may become more like home.

American managers who want to get more out of their white-collar workforce will be in for a shock if they see advice from Frank Becker, a professor at Cornell University who studies the pattern of office work. His advice: companies need to devote more office space to creating places like well-tended living rooms where employees can sit around in comfort and chat.

Mr. Becker is one of a group of academics and consultants trying to make companies more productive by linking new office technology to a better understanding of how employees work. The forecasts of a decade ago – that computers would increase office productivity, reduce white-collar payrolls and help the remaining staff to work better – have proved much too hopeful.

Mr. Becker predicts that the central office will become mainly a place where workers from satellite and home-based offices meet to discuss ideas and to reaffirm their loyalty to fellow employees and the company. This will require new thoughts about the layout of office buildings. Now spaces for copying machines, coffee rooms, meetings and reception areas usually come second to the offices in which people spend most of the day working. Mr. Becker sees these common areas gradually becoming the heart of an office.

Managers, says Mr. Becker, will also have to abandon their long-cherished notion that a productive employee is an employee who can be seen. Appearing on time and looking busy will soon become irrelevant. Technology and new patterns of office use will make companies judge people by what they do, not by where they spend their time.

That does not mean the end of the office, just its transformation into a social center. New ideas about offices are catching on elsewhere. Digital Equipment Corp's subsidiary in Finland has equipped offices with reclining chairs and stuffed sofas to make them more comfortable and conducive to informal conversations and the swapping of ideas. Companies such as Apple and General Electric are experimenting along similar lines.

Steel case, a manufacturer of office furniture, is one of the firms keenest to experiment with new office layout and design. The company's research center in Grand Rapids, Michigan, is a $ 11 mln. building completed in 1989. It is designed to around a series of office "neighbourhoods" that put marketing, manufacturing and design people close to each other so that they can find it easier to discuss ideas and solve problems. Employees on different floors can see one another through glass and easily go from floor to floor via escalator.

Top managers work in a cluster of offices that are wrapped around an atrium in the middle of the building, rather than occupying the usual suite of top-floor offices. They can see, and be seen, by the people they manage.

But, sometimes, even the most communicative employee just wants to be left alone.

(from The Economist)

1. According to Frank Becker, it is good for workers to have somewhere

_____ where they can sit and _____ to each other.

2. Computers have _____ led to an increase in office productivity.

3. A central office will be a place where off-site workers can _____ for discussions and conversation.

4. Communal rooms will become the _____ of an office.

5. It will no longer be desirable for workers to come to work on _____ and look _____ all the time.

6. Workers will be judged by what they _____ not _____ they spend their time.

7. Offices will become _____ centres.

8. At steelcase in Michigan workers in different _____ are close to each other. And the managers are _____ on the top floor.

Немецкий язык

Die ewige Kaffeepause

Computer und elektronische Kommunikation ermöglichen es vielen Menschen, ihre Häuser als Büros zu nutzen. Aber Büros werden nie ganz verschwinden. Stattdessen könnte das Büro der Zukunft eher zu Hause werden.

Amerikanische Manager, die mehr aus ihrer Belegschaft herausholen möchten, werden schockiert sein, wenn sie Ratschläge von Frank Becker erhalten, einem Professor an der Cornell University, der das Muster der Büroarbeit untersucht. Sein Rat: Unternehmen müssen mehr Büroflächen für die Schaffung von Orten wie gepflegten Wohnzimmern aufwenden, in denen die Mitarbeiter bequem sitzen und plaudern können.

Herr Becker gehört zu einer Gruppe von Wissenschaftlern und Beratern, die versuchen, Unternehmen produktiver zu machen, indem sie neue Bürotechnologien mit einem besseren Verständnis der Arbeitsweise der Mitarbeiter verbinden. Die Prognosen von vor einem Jahrzehnt – dass Computer die Produktivität im Büro steigern, die Löhne der Angestellten senken und den verbleibenden Mitarbeitern helfen würden, besser zu arbeiten-haben sich als viel zu hoffnungsvoll erwiesen.

Herr Becker prognostiziert, dass die Zentrale vor allem zu einem Ort wird, an dem sich Mitarbeiter aus Satelliten-und Home-Büros treffen, um Ideen zu diskutieren und ihre Loyalität gegenüber Kollegen und dem Unternehmen zu bekräftigen. Dies erfordert neue Gedanken über die Gestaltung von Bürogebäuden. Jetzt stehen Räume für Kopiergeräte, Kaffeeräume, Besprechungen und Empfangsbereiche an zweiter Stelle der Büros, in denen die Menschen den größten Teil des Tages arbeiten. Herr Becker sieht, dass diese Gemeinschaftsräume allmählich zum Herzstück eines Büros werden.

Manager, sagt Herr Becker, müssen auch ihre lang gehegte Vorstellung aufgeben, dass ein produktiver Mitarbeiter ein Mitarbeiter ist, der gesehen werden kann. Pünktlich zu erscheinen und beschäftigt zu sein, wird bald irrelevant. Technologie und neue Muster der Büronutzung werden Unternehmen dazu bringen, die Menschen danach zu beurteilen, was sie tun, und nicht danach, wo sie ihre Zeit verbringen.

Das bedeutet nicht das Ende des Büros, nur seine Umwandlung in ein soziales Zentrum. Neue Ideen über Büros fangen anderswo an. Die Tochtergesellschaft von Digital Equipment Corp in Finnland hat Büros mit Liegestühlen und gefüllten Sofas ausgestattet, um sie für informelle Gespräche und den Austausch von Ideen komfortabler und förderlicher zu machen. Unternehmen wie Apple und General Electric experimentieren ähnlich.

Steel Case, ein Hersteller von Büromöbeln, ist eines der Unternehmen, die am härtesten mit neuem Bürolayout und-design experimentieren. Das Forschungszentrum des Unternehmens in Grand Rapids, Michigan, ist ein $ 11 mio. das Gebäude wurde 1989 fertiggestellt. Es wurde entwickelt, um eine Reihe von Büro - "Nachbarschaften" zu schaffen, die Marketing -, Fertigungs-und Design-Menschen nahe beieinander bringen, so dass sie es einfacher finden können, Ideen zu diskutieren und Probleme zu lösen. Mitarbeiter auf verschiedenen Etagen können sich durch Glas sehen und einfach über eine Rolltreppe von Etage zu Etage gehen.

Top-Manager arbeiten in einer Gruppe von Büros, die um ein Atrium in der Mitte des Gebäudes gewickelt sind, anstatt die übliche Suite von Büros im obersten Stockwerk zu besetzen. Sie können von den Menschen, die sie verwalten, sehen und gesehen werden.

Aber manchmal möchte selbst der kommunikativste Mitarbeiter einfach in Ruhe gelassen werden.

(vom Ökonomen)

1. Laut Frank Becker ist es gut für die Arbeiter, irgendwo _____ zu haben, wo sie sitzen und _____ miteinander.

2. Computer haben _____ führte zu einer Steigerung der Büroproduktivität.

3. Ein zentrales Büro wird ein Ort sein, an dem Off-Site-Mitarbeiter _____ für Diskussionen und Gespräche.

4. Gemeinschaftsräume werden zum _____ von einem Büro.

5. Es wird nicht mehr wünschenswert sein, dass Arbeitnehmer zur Arbeit kommen _____ und schau _____ die ganze Zeit.

6. Arbeiter werden nach dem beurteilt, was sie _____ nicht _____ sie verbringen ihre Zeit.

7. Büros werden _____ zentren.

8. Bei Steelcase in Michigan Arbeiter in verschiedenen _____ sind nahe beieinander. Und die Manager sind _____ auf der obersten Etage.

Французский язык

La Pause Café Éternelle

Les ordinateurs et les communications électroniques permettent à de nombreuses personnes d'utiliser leur domicile comme bureau. Mais les bureaux ne disparaîtront jamais complètement. Au lieu de cela, le bureau du futur pourrait devenir plus comme à la maison.

Les gestionnaires américains qui veulent tirer le meilleur parti de leur main-d'œuvre en col blanc seront sous le choc s'ils voient les conseils de Frank Becker, professeur à L'Université Cornell qui étudie le modèle de travail de bureau. Son conseil: les entreprises doivent consacrer plus d'espace de bureau à la création d'endroits comme des salons bien entretenus où les employés peuvent s'asseoir confortablement et discuter.

M. Becker fait partie d'un groupe d'universitaires et de consultants qui tentent de rendre les entreprises plus productives en reliant les nouvelles technologies de bureau à une meilleure compréhension de la façon dont les employés travaillent. Les prévisions d'il y a dix ans – selon lesquelles les ordinateurs augmenteraient la productivité des bureaux, réduiraient la masse salariale des cols blancs et aideraient le personnel restant à mieux travailler-se sont révélées beaucoup trop optimistes.

M. Becker prédit que le bureau central deviendra principalement un lieu où les travailleurs des bureaux satellites et à domicile se rencontreront pour discuter d'idées et réaffirmer leur loyauté envers leurs collègues et l'entreprise. Cela nécessitera de nouvelles réflexions sur la disposition des immeubles de bureaux. Maintenant, les espaces pour les machines à copier, les salles de café, les réunions et les zones de réception viennent généralement en second lieu aux bureaux dans lesquels les gens passent la majeure partie de la journée à travailler. M. Becker voit ces espaces communs devenir progressivement le cœur d'un bureau.

Les gestionnaires, dit M. Becker, devront également abandonner leur idée chère depuis longtemps qu'un employé productif est un employé qui peut être vu. Apparaître à l'heure et avoir l'air occupé deviendra bientôt hors de propos. La technologie et les nouveaux modèles d'utilisation du bureau obligeront les entreprises à juger les gens en fonction de ce qu'ils font, et non de l'endroit où ils passent leur temps.

Cela ne signifie pas la fin du bureau, juste sa transformation en centre social. De nouvelles idées sur les bureaux se développent ailleurs. La filiale finlandaise de Digital Equipment Corp a équipé les bureaux de fauteuils inclinables et de canapés rembourrés pour les rendre plus confortables et propices aux conversations informelles et à l'échange d'idées. Des entreprises telles Qu'Apple et General Electric expérimentent dans le même sens.

Steel case, un fabricant de mobilier de bureau, est l'une des entreprises les plus

désireuses d'expérimenter la nouvelle disposition et la nouvelle conception de bureaux. Le centre de recherche de la société à Grand Rapids, Michigan, est un ml 11 millions. bâtiment achevé en 1989. Il est conçu autour d'une série de “quartiers” de bureaux qui rapprochent les gens du marketing, de la fabrication et du design afin qu'ils puissent discuter plus facilement des idées et résoudre les problèmes. Les employés de différents étages peuvent se voir à travers le verre et passer facilement d'un étage à l'autre via un escalator.

Les cadres supérieurs travaillent dans un groupe de bureaux qui sont enroulés autour d'un atrium au milieu du bâtiment, plutôt que d'occuper la suite habituelle de bureaux au dernier étage. Ils peuvent voir et être vu, par les gens qu'ils gèrent.

Mais, parfois, même l'employé le plus communicatif veut juste être laissé seul.

(de L'Économiste)

1. Selon Frank Becker, c'est bon pour les travailleurs, quelque part _____ où ils peuvent s'asseoir et _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ uns aux autres.

2. Les ordinateurs ont _____ conduit à une augmentation de productivité de bureau.

3. Un bureau central sera un endroit où les travailleurs hors site peuvent _____ pour les discussions et la conversation.

4. Salles communes deviendra le _____ d'un bureau.

5. Il n'est plus souhaitable pour les travailleurs à venir travailler sur _____ et regardez _____ tout le temps.

6. Les travailleurs seront jugés par ce qu'ils _____ pas _____ ils passent leur temps.

7. Bureaux va devenir _____ des centres.

8. Chez steelcase, dans le Michigan travailleurs dans les différents _____ sont proches les uns des autres. Et les gestionnaires sont _____ à l'étage supérieur.

Задание 4: прочитайте статью и ответье, являюся ли приведённые утверждения верными или нет.

Английский язык

Servicing Manufactured Goods

On June 8th the Supreme Court ordered Eastman Kodak to stand trial in a competition case about the repair of expensive photocopiers. It has thrown a spotlight on the increasingly hostile relationship in America between manufacturing companies and the firms that service and repair the goods which the manufacturers produce.

If firms chose to use an independent service company, it is alleged, Kodak refused to supply either the servicing firm or the customer with spare parts. In effect, Kodak was trying to get customers to agree not to employ any firms that competed

with it for service contracts on the Kodak machines.

Many economists would side with Kodak rather than the court. They argue that consumers take servicing costs into account when buying equipment, so restrictive service agreements are not necessarily anti-competitive as long as there is competition in the equipment market itself.

The market for servicing high-technology electronic products alone is worth roughly $100 billion a year. Thousands of independent contractors compete for the business but the lion's share goes to equipment manufacturers.

Roughly a quarter of the revenues of America's computer makers comes from servicing and maintaining the machines they sell. Profit margins on service contracts can be as high as 50%. That comes in handy when profit margins on the sale of computers are disappearing because of recurring price wars.

Other industries may also be affected. Detroit's car makers also backed Kodak. In 1990 the retail market for car parts was worth $150 billion, about the same as that for new cars. Servicing cars came to another $100 billion on top of that. Detroit used to be happy to leave the repair business to mom-and-pop garages. No longer. Many independent distributors of spare parts complain that the big car makers are muscling in on their business.

Big manufacturers in Japan and Germany service nearly all their own products. But America's high job mobility and entrepreneurial traditions have encouraged many engineers in high-tech industries to set up service firms of their own, often to the fury of their former employers.

Not all manufacturers are keen on the repair and service business. Makers of cheaper electronic goods, such as washing machines, televisions and video-recorders, find it cheaper and easier to replace faulty machines with new ones, or encourage customers to buy a new model than to bother with spare parts. But many states in America require that manufacturers honour warranties on anything they sell. To satisfy the law they have appointed dealers and service agents. And yet because the manufacturers of electronic goods now view many of their products as disposable, they are in direct conflict with the dealers who have to provide service under those warranties.

(from The Economist)

Decide whether these statements are true (v) or false (x) according to the article.

1. It is alleged that Kodak refused to supply repair firms which competed with them.
2. It is generally agreed that Kodak acted unfairly.
3. Most servicing of electronic equipment is done by independent contractors.
4. US computer manufacturers earn about half their income from selling spare parts.
5. Servicing computers is more profitable than selling computers.
6. US car manufacturers earn about half their income from selling spare parts.
7. The numbers of independent servicing companies is greater in Japan and Germany than in the USA.
8. If cheaper electronic products go wrong, they are more likely to be replaced than repaired.

Немецкий язык

Wartung von Fertigwaren

Am 8. Juni befahl der Oberste Gerichtshof Eastman Kodak, in einem Wettbewerbsfall über die Reparatur teurer Fotokopierer vor Gericht zu stehen. Es hat die zunehmend feindselige Beziehung in Amerika zwischen produzierenden Unternehmen und den Unternehmen, die die von den Herstellern hergestellten Waren warten und reparieren, ins Rampenlicht gerückt.

Wenn sich Unternehmen für ein unabhängiges Dienstleistungsunternehmen entschieden hätten, so wird behauptet, habe Kodak sich geweigert, entweder das Wartungsunternehmen oder den Kunden mit Ersatzteilen zu beliefern. Tatsächlich versuchte Kodak, die Kunden dazu zu bringen, sich darauf zu einigen, keine Firmen zu beschäftigen, die damit um Serviceverträge auf den Kodak-Maschinen konkurrierten.

Viele Ökonomen würden sich eher für Kodak als für das Gericht einsetzen. Sie argumentieren, dass die Verbraucher die Servicekosten beim Kauf von Geräten berücksichtigen, so dass restriktive Servicevereinbarungen nicht unbedingt wettbewerbswidrig sind, solange auf dem Gerätemarkt selbst Wettbewerb herrscht.

Allein der Markt für die Wartung elektronischer Hochtechnologieprodukte ist rund 100 Milliarden US-Dollar pro Jahr wert. Tausende von unabhängigen Auftragnehmern konkurrieren um das Geschäft, aber der Löwenanteil geht an Gerätehersteller.

Rund ein Viertel des Umsatzes der amerikanischen Computerhersteller stammt aus der Wartung und Wartung der von ihnen verkauften Maschinen. Die Gewinnmargen bei Serviceverträgen können bis zu 50% betragen. Das ist praktisch, wenn die Gewinnspannen beim Verkauf von Computern aufgrund wiederkehrender Preiskriege verschwinden.

Andere Branchen können ebenfalls betroffen sein. Auch Detroits Autobauer unterstützten Kodak. 1990 war der Einzelhandelsmarkt für Autoteile 150 Milliarden US-Dollar wert, ungefähr so viel wie für Neuwagen. Die Wartung von Autos kam auf weitere 100 Milliarden Dollar hinzu. Detroit war früher glücklich, das Reparaturgeschäft Mom-and-Pop Garagen zu verlassen. Nicht mehr. Viele unabhängige Händler von Ersatzteilen beschweren sich, dass die großen Autohersteller in ihrem Geschäft Muskel in.

Große Hersteller in Japan und Deutschland bedienen fast alle ihre eigenen Produkte. Aber Amerikas hohe Jobmobilität und unternehmerische Traditionen haben viele Ingenieure in High-Tech-Branchen ermutigt, eigene Dienstleistungsunternehmen zu gründen, oft zur Wut ihrer ehemaligen Arbeitgeber.

Nicht alle Hersteller sind scharf auf das Reparatur-und Servicegeschäft. Hersteller von billigeren elektronischen Gütern wie Waschmaschinen, Fernsehern und Videorecordern finden es billiger und einfacher, fehlerhafte Maschinen durch neue zu ersetzen, oder ermutigen Kunden, ein neues Modell zu kaufen, als sich um Ersatzteile zu kümmern. Aber viele Staaten in Amerika verlangen, dass Hersteller Garantien für

alles, was sie verkaufen, einhalten. Um das Gesetz zu erfüllen, haben sie Händler und Servicemitarbeiter ernannt. Und doch, weil die Hersteller von elektronischen Gütern sehen jetzt viele ihrer Produkte als Einweg, sie sind in direktem Konflikt mit den Händlern, die Service im Rahmen dieser Garantien bieten müssen.

(vom Ökonomen)

Entscheiden Sie, ob diese Aussagen gemäß dem Artikel wahr (v) oder falsch (x) sind.

1. Es wird behauptet, Kodak habe sich geweigert, mit ihnen konkurrierende Reparaturfirmen zu beliefern.
2. Es ist allgemein vereinbart, dass Kodak unfair gehandelt hat.
3. Die meisten Wartungsarbeiten an elektronischen Geräten werden von unabhängigen Auftragnehmern durchgeführt.
4. US-Computerhersteller verdienen etwa die Hälfte ihres Einkommens mit dem Verkauf von Ersatzteilen.
5. Die Wartung von Computern ist rentabler als der Verkauf von Computern.
6. US - Autohersteller verdienen etwa die Hälfte ihres Einkommens mit dem Verkauf von Ersatzteilen.
7. Die Zahl der unabhängigen Servicegesellschaften ist in Japan und Deutschland größer als in den USA.
8. Wenn billigere elektronische Produkte schief gehen, werden sie eher ersetzt als repariert.

Французский язык

Entretien Des Produits Manufacturés

Le 8 juin, la Cour suprême a ordonné à Eastman Kodak d'être jugé dans une affaire de concurrence sur la réparation de photocopieurs coûteux. Il a mis en lumière la relation de plus en plus hostile en Amérique entre les entreprises manufacturières et les entreprises qui maintiennent et réparent les produits fabriqués par les fabricants.

Si des entreprises avaient opté pour une société de services indépendante, Kodak aurait refusé de fournir des pièces de rechange à la société de maintenance ou aux clients. En fait, Kodak a essayé de convaincre les clients de s'entendre sur le fait de ne pas employer D'entreprises en concurrence pour des contrats de service sur les machines Kodak.

De nombreux économistes plaident pour Kodak plutôt que pour le tribunal. Ils soutiennent que les consommateurs tiennent compte des coûts de service lors de l'achat d'appareils, de sorte que les accords de service restrictifs ne sont pas nécessairement anticoncurrentiels tant qu'il y a concurrence sur le marché de l'équipement lui-même.

À lui seul, le marché de la maintenance des produits électroniques de haute technologie vaut environ 100 milliards de dollars par an. Des milliers d'entrepreneurs indépendants sont en concurrence pour L'entreprise, mais la part du lion revient aux fabricants d'appareils.

Environ un quart du chiffre d'affaires des fabricants d'ordinateurs américains provient de la maintenance et de l'entretien des machines qu'ils vendent. Les marges

bénéficiaires des contrats de service peuvent atteindre 50%. Cela est pratique lorsque les marges bénéficiaires de la vente D'ordinateurs disparaissent en raison de guerres de prix récurrentes.

D'autres industries peuvent également être touchées. Les constructeurs automobiles de Detroit ont également soutenu Kodak. En 1990, le marché de détail des pièces automobiles valait 150 milliards de dollars, à peu près autant que pour les voitures neuves. L'entretien des voitures a été ajouté à 100 milliards de dollars supplémentaires. Detroit était autrefois heureux de quitter L'entreprise de réparation de Garages Mom-and-Pop. Pas plus. De nombreux concessionnaires indépendants de pièces de rechange se plaignent que les grands constructeurs automobiles muscle dans leur entreprise.

Les grands fabricants au Japon et en Allemagne servent presque tous leurs propres produits. Mais la grande mobilité de l'emploi et les traditions entrepreneuriales américaines ont encouragé de nombreux ingénieurs dans les industries de haute technologie à créer leurs propres entreprises de services, souvent à la colère de leurs anciens employeurs.

Tous les fabricants ne sont pas intéressés par les activités de réparation et de service. Les fabricants de produits électroniques moins chers tels que les machines à laver, les téléviseurs et les magnétoscopes trouvent qu'il est moins cher et plus facile de remplacer les machines défectueuses par de nouvelles, ou d'encourager les clients à acheter un nouveau modèle plutôt que de s'occuper des pièces de rechange. Mais de nombreux États américains exigent que les fabricants respectent les garanties pour tout ce qu'ils vendent. Pour se conformer à la loi, ils ont nommé des distributeurs et des agents de service. Et pourtant, parce que les fabricants de produits électroniques voient maintenant beaucoup de leurs produits comme jetables, ils sont en conflit direct avec les concessionnaires qui doivent fournir un Service dans le cadre de ces garanties.

(par l'économiste)

Décidez si ces déclarations sont vraies (v) ou fausses (x) conformément à l'article.

1. Il est allégué que Kodak a refusé de fournir des entreprises de réparation concurrentes avec elles.
2. Il est généralement convenu que Kodak injuste a agi.
3. la plupart des travaux de maintenance des appareils électroniques sont effectués par des entrepreneurs indépendants.
4. les fabricants D'ordinateurs américains gagnent environ la moitié de leurs revenus en vendant des pièces de rechange.
5. La Maintenance des Ordinateurs, il est plus rentable que la Vente d'Ordinateurs.
6. les constructeurs automobiles américains gagnent environ la moitié de leurs revenus en vendant des pièces de rechange.
7. le nombre de sociétés de services indépendantes est plus élevé au Japon et en Allemagne qu'aux États-Unis.
8. si les produits électroniques moins chers vont mal, ils seront remplacés plutôt que réparés.

3.7 Темы для круглого стола

Английский язык

1. What makes a good manager?
2. Managers and motivation
3. Managers? Authority and cultural diversity
4. Women in business is a strategic issue
5. The Dell Theory of Conflict Prevention (Thomas Friedman: The World is flat)
6. Products and brands
7. Marketing is everything
8. Advertising and marketing

Немецкий язык

1. Was macht einen guten manager aus?
2. Manager und motivation
3. Manager? Autorität und kulturelle Vielfalt
4. Frauen in der Wirtschaft ist ein strategisches Thema
5. Die Dell-Theorie der Konfliktprävention (Thomas Friedman: Die Welt ist flach)
6. Produkte und Marken
7. Marketing ist alles
8. Die Werbung und das marketing

Французский язык

1. Qu'est-ce qui fait un bon gestionnaire?
2. Managers et motivation
3. Les gestionnaires? Autorité et diversité culturelle
4. Les femmes dans les affaires est un enjeu stratégique
5. La théorie Dell de la prévention des conflits (Thomas Friedman: le monde est plat)
6. Les marques et les produits
7. Le Marketing est tout
8. Publicité et marketing

3.8 Ролевая игра «A Job interview» /«Vorstellungsgespräch» / «Une entrevue d'Emploi»

Английский язык

1. Selecting a chief operating officer
2. Welcoming American colleagues
3. Do we need more women managers?
4. A job interview. Role play: A job interview

Assistant Brand Manager

After a short training period, you will be involved in the development of the marketing plan. As part of a multi-functional team you will develop and execute a promotion and media plan, and work with the retail customers, relaunching an existing brand or introducing a new product.

We are looking for

- A good university degree and a passion for marketing

Evidence of achievements in academic and/or non-academic activities Self-starting capabilities, collaboration skills, creativity, and strategic analysis

- A desire to succeed in a world-class organization A good command of English

Short work experience, internships and studies abroad are considered as a plus.

Assistant Supply Chain Manager

After a short training period, you will be responsible for the physical distribution of our products and their delivery to our customers, collaborating closely with our manufacturing plants, distribution centres and external logistics. You will analyse and optimize our work processes and transport, to balance the challenge of reducing distribution costs while maintaining and improving service levels to our customers. You may also be responsible for leading a small team of people. We are looking for

- A good university degree in any discipline

Good communication skills in English, both verbally and in writing

- Goal orientation, organizational skills and the desire to get things done Leadership, problem-solving and decision-making skills

A passion for achieving results through people.

Role play: A job interview

Assistant Brand Manager
Assistant Supply Chain Manager
Executive Assistant to the Chief
Financial Officer
Interviewer

Executive Assistant to the Chief Financial Officer

You will support the CFO in the analysis of financial data, producing presentations to the Global Corporate team. Working alongside other members of the Finance team, you will be involved in management accounting as well as specific project work.

This opportunity will give you excellent grounding in accounting and finance, and exposure to a number of different areas of finance. You will get intensive training. We are looking for Strong academic results Strong numerical and analytical skills

Excellent collaboration skills and the ability to work within diverse teams

- A good command of the English language A genuine interest in finance
- Ambition, self-motivation and the ability to work in a fast-changing environment.

A job interview I Interviewer
You can ask questions such as the following.

Small talk to begin:
Did you have any trouble finding us?
I hope you didn't try to find a parking space around here?
I How are you enjoying this hot weather / snow / etc.?

Standard interview questions:
Tell us something about yourself.
What university do/did you attend and why did you choose it?
Why did you choose to study business / economics / engineering / etc.?
What do you know about our company?
Why would you like to work here?
Who would you consider to be our main competitors?
What attracted you to this particular position?
What do you see as your strengths?
How do your skills and experience match the job requirements?
What skills did you develop / have you developed at university / in your current job
What languages can you speak?
What do you like doing in your spare time?

More difficult questions:
What do/did you dislike about university / your current job?
How would you describe the way you work?
Would you describe yourself as an ambitious person?
What are your weaknesses?
What skills do you think you need to improve?
Where do you see yourself in five years' time?
Tell me about a time when you experienced pressure, at university or at work,
Tell me about a time you had to make a difficult decision.
Tell me about a time when you played an important role in a team.

Немецкий язык

1. Die Auswahl eines chief operating officer
2. Begrüßung amerikanischer Kollegen
3. Brauchen wir mehr weibliche Führungskräfte?
4. Vorstellungsgespräch. Rollenspiel: Ein Vorstellungsgespräch

Assistant Brand Manager
Nach einer kurzen Schulung werden Sie an der Entwicklung des Marketingplans beteiligt. Als Teil eines multifunktionalen Teams entwickeln und führen Sie einen Werbe-und Medienplan aus, arbeiten mit den Einzelhandelskunden zusammen, relaunchen eine bestehende Marke oder führen ein neues Produkt ein.

Wir suchen
- Ein guter Universitätsabschluss und eine Leidenschaft für marketing
Nachweis von Leistungen in akademischen und / oder nichtakademischen Aktivitäten
Selbststartfähigkeiten, Kollaborationsfähigkeiten, Kreativität und strategische Analyse
- Der Wunsch, in einer Weltklasse-Organisation Eine gute Englischkenntnisse erfolgreich zu sein
Kurze Berufserfahrung, Praktika und ein Studium im Ausland gelten als Plus.

Assistant Supply Chain Manager
Nach einer kurzen Schulungszeit sind Sie für den physischen Vertrieb unserer Produkte und deren Lieferung an unsere Kunden verantwortlich und arbeiten eng mit unseren Produktionsstätten, Distributionszentren und der externen Logistik zusammen. Sie analysieren und optimieren unsere Arbeitsprozesse und den Transport, um die Herausforderung der Reduzierung der Vertriebskosten bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung und Verbesserung des Serviceniveaus für unsere Kunden auszugleichen. Sie können auch dafür verantwortlich sein, ein kleines Team von Menschen zu führen. Wir suchen
- Ein guter Universitätsabschluss in jeder Disziplin
Gute Kommunikationsfähigkeiten in Englisch, sowohl mündlich als auch schriftlich
- Zielorientierung, organisatorische Fähigkeiten und der Wunsch, Dinge zu erledigen
Führungs -, Problemlösungs-und Entscheidungsfähigkeiten
Eine Leidenschaft für das Erreichen von Ergebnissen durch Menschen.

Rollenspiel: Ein Vorstellungsgespräch
Assistant Brand Manager
Assistant Supply Chain Manager
Executive Assistant des Chefs
Finanzreferent
Interviewer

Executive Assistant des Chief Financial Officer
Sie unterstützen den CFO bei der Analyse von Finanzdaten und erstellen Präsentationen für das globale Unternehmensteam. In Zusammenarbeit mit anderen Mitgliedern des Finanzteams sind Sie sowohl im Management Accounting als auch in der spezifischen Projektarbeit tätig.
Diese Gelegenheit bietet Ihnen eine hervorragende Grundlage in Buchhaltung und Finanzen sowie ein Engagement in einer Reihe verschiedener Finanzbereiche. Sie erhalten ein intensives Training. Wir suchen starke akademische Ergebnisse Starke numerische und analytische Fähigkeiten

Ausgezeichnete Kollaborationsfähigkeiten und die Fähigkeit, in verschiedenen Teams zu arbeiten
- Gute Englischkenntnisse Ein echtes Interesse an Finanzen
- Ehrgeiz, Selbstmotivation und die Fähigkeit, in einer sich schnell verändernden

Umgebung zu arbeiten.

Ein Vorstellungsgespräch I Interviewer
Sie können Fragen wie die folgenden stellen.
Smalltalk soll beginnen:
Hatten Sie Probleme, uns zu finden?
S hoffe, Sie haben nicht versucht, einen Parkplatz hier zu finden?
I Wie sind Sie genießen dieses heiße Wetter / Schnee ich etc.?

Standard-interview-Fragen:
Erzähl uns etwas über dich.
Welche Universität haben / haben Sie besucht und warum haben Sie sich dafür entschieden?
Warum haben Sie sich für ein Studium der Wirtschaft / Wirtschaft I Ingenieurwesen / usw. entschieden??
Was wissen Sie über unser Unternehmen?
Warum möchten Sie hier arbeiten?
Wen würden Sie als unsere Hauptkonkurrenten betrachten?
Was hat Sie an dieser besonderen Position angezogen?
Was sehen Sie als Ihre stärken?
Wie passen Ihre Fähigkeiten und Erfahrungen zu den Jobanforderungen?
Welche Fähigkeiten haben Sie in Ihrem aktuellen Job an der Universität I entwickelt / entwickelt? Welche Sprachen können Sie sprechen?
Was machst du gerne in deiner Freizeit?
Schwierigere Fragen:
Was magst / magst du an der Universität I deinen aktuellen Job nicht?
Wie würden Sie Ihre Arbeitsweise beschreiben?
Würden Sie sich selbst als ehrgeizigen Menschen beschreiben?
Was sind deine Schwächen?
Welche Fähigkeiten müssen Sie Ihrer Meinung nach verbessern?
Wo sehen Sie sich in fünf Jahren?
Erzählen Sie mir von einer Zeit, in der Sie Druck erlebt haben, an der Universität oder bei der Arbeit,
Erzählen Sie mir von einer Zeit, in der Sie eine schwierige Entscheidung treffen mussten.
Erzählen Sie mir von einer Zeit, in der Sie eine wichtige Rolle in einem Team gespielt haben.

Французский язик

1. La sélection d'un chef de l'exploitation
2. Accueillir des collègues américains
3. Avons-nous besoin de plus de femmes gestionnaires?
4. Un entretien d'embauche. Jeu de rôle: Une entrevue d'emploi

Directeur De Marque Adjoint

Après une courte période de formation, vous serez impliqué dans l'élaboration du plan de marketing. Dans le cadre d'une équipe multifonctionnelle, vous développerez et exécuterez un plan de promotion et de médias, et travaillerez avec les clients de détail, relançant une marque existante ou introduisant un nouveau produit.

Nous sommes à la recherche pour

- Un bon diplôme universitaire et une passion pour le marketing

Preuve de réalisations dans les activités académiques et/ou non académiques capacités D'auto-démarrage, compétences de collaboration, créativité et analyse stratégique

- Un désir de réussir dans une organisation de classe mondiale une bonne maîtrise de l'anglais

Une courte expérience de travail, des stages et des études à l'étranger sont considérés comme un plus.

Assistant Supply Chain Manager

Après une courte période de formation, vous serez responsable de la distribution physique de nos produits et de leur livraison à nos clients, en collaboration étroite avec nos usines de fabrication, nos centres de distribution et notre logistique externe. Vous analyserez et optimiserez nos processus de travail et de transport, pour équilibrer le défi de réduire les coûts de distribution tout en maintenant et en améliorant les niveaux de service à nos clients. Vous pouvez également être responsable d'une petite équipe de personnes. Nous sommes à la recherche pour

- Un bon diplôme universitaire dans n'importe quelle discipline

Bonnes compétences en communication en anglais, à la fois verbalement et par écrit

- Orientation des objectifs, compétences organisationnelles et le désir de faire avancer les choses Leadership, résolution de problèmes et compétences décisionnelles

Une passion pour obtenir des résultats à travers les gens.

Jeu de rôle: Une entrevue d'emploi

Directeur De Marque Adjoint
Assistant Supply Chain Manager
Assistant exécutif du chef
De La Direction Financière
Intervieweur

Assistant exécutif du Directeur Financier

Vous assisterez le directeur financier dans l'analyse des données financières, en produisant des présentations à l'équipe globale de L'entreprise. Aux côtés d'autres membres de l'équipe financière, vous serez impliqué dans la comptabilité de gestion ainsi que des travaux de projet.

Cette opportunité vous donnera une excellente base en comptabilité et en finance, et une exposition à un certain nombre de domaines différents de la finance. Vous obtiendrez une formation intensive. Nous recherchons de solides résultats académiques de solides compétences numériques et analytiques

Excellentes compétences de collaboration et capacité à travailler au sein d'équipes diversifiées
- Une bonne maîtrise de la langue anglaise un véritable intérêt pour la finance
- Ambition, motivation personnelle et capacité à travailler dans un environnement en évolution rapide.

Un entretien d'embauche I Interviewer
Vous pouvez poser des questions telles que les suivantes.
Petite conversation pour commencer:
Avez-vous eu des difficultés à nous trouver?
J'espère que vous n'avez pas essayé de trouver une place de parking ici?
I comment appréciez - vous ce temps chaud / neige I etc.?
Questions d'entrevue Standard:
Dites-nous quelque chose sur vous-même.
Quelle université avez-vous fréquentée et pourquoi l'avez-vous choisie?
Pourquoi avez-vous choisi d'étudier économie / je ingénierie / etc.?
Que savez-vous de notre entreprise?
Pourquoi désirez-vous travailler ici?
Qui considérez-vous comme nos principaux concurrents?
Qu'est-ce qui vous a attiré à ce poste particulier?
Selon vous, quels sont vos points forts?
Comment vos compétences et votre expérience correspondent aux exigences du poste?
Quelles compétences Avez-vous développées / avez-vous développées à l'Université I dans votre emploi actuel? Quelles langues pouvez-vous parler?
Qu'aimez-vous faire dans votre temps libre?
Questions plus difficiles:
Qu'est-ce que vous n'aimez pas à propos de l'Université I Votre emploi actuel?
Comment décririez-vous votre façon de travailler?
Vous décririez-vous comme une personne ambitieuse?
Quelles sont vos faiblesses?
Quelles compétences pensez-vous vous améliorer?
Où vous voyez-vous dans cinq ans?
Parlez-moi d'un moment où vous avez subi de la pression, à l'université ou au travail,
Parlez-moi d'un moment où vous avez dû prendre une décision difficile.
Dites-moi environ un moment où vous avez joué un rôle important dans une équipe.

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ п/п	Контролируемые модули, темы	Индекс контроли	Оценочные средства по этапам формирования компетенции	Способ контроля

	дисциплины	руемой компетенции	Текущий контроль по дисциплине	Рубежный контроль по дисциплине	Итоговый контроль по дисциплине	
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение. Язык – как средство коммуникации. Ознакомление с планов и правилами оценки работы	УК-4	Реферирование Тестирование.			Устно, письменно
2	Контакты	УК-4	Реферирование Тестирование.			Устно
3	Деловые письма, факсы, памятки	УК-4	Круглый стол			Устно, письменно
4	Телефон как средство общения	УК-4	Реферирование	Контрольное тестирование		Устно, письменно
5	Составление резюме, заметок, отчетов	УК-4	Реферирование Тестирование.			Устно, письменно
6	Проведение встреч, совещаний и обсуждений презентаций.	УК-4	Круглый стол			Устно
7	Работа и карьера: анкетирование и проведение интервью	УК-4	Реферирование Тестирование.			Устно, письменно
8	Деловые и профессиональные отношения (Создание микроклимата в коллективе)	УК-4	Реферирование	Контрольное тестирование		Устно, письменно
9	Тема 1-8				зачет	устно

Критерии определения форсированности компетенций на различных этапах их формирования

Критерии	Уровни сформированности компетенций		
	пороговый	достаточный	повышенный
	Компетенция сформирована. Демонстрируется недостаточный уровень самостоятельности практического навыка	Компетенция сформирована. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка	Компетенция сформирована. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности высокая адаптивность практического навыка

Поскольку практически всякая учебная дисциплина призвана формировать сразу несколько компетенций, критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины, знания, умений и навыков.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня облученности по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню форсированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения предмета. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по учебной дисциплине заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированнсти каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке обучаемого при определении уровня освоения учебной дисциплины.

Положительная оценка по дисциплине может выставляться и при не полной сформированности компетенций в ходе освоения отдельной учебной дисциплины, если их формирования предполагается продолжить на более поздних этапах обучения, в ходе изучения других учебных дисциплин.

№ п/п	Оценка «неудовлетворительно»или отсутствие сформированностикомпетенции	Оценка «неудовлетворительно»или отсутствие сформированностикомпетенции	Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции

1 этап	Неспособность обучаемого самостоятельно продемонтрироват ь наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умение к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторнения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины	Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателей, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции ее следует оценивать положительно, но на низком уровне	Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельности применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более выском уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать, как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке	Обучаемые демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи

№ п/п	**Оценка «неудовлетворительно»или отсутствие сформированностикомпетенции**	**Оценка «неудовлетворительно»или отсутствие сформированностикомпетенции**	**Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции**	**Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции**

2 этап	Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50 % компетенций. Если же учебная дисциплина выступает в качестве итогового этапа формирования компетенций (чаще всего это дисциплины профессионального цикла) оценка «неудовлетворительно» должна быть выставлена при отсутствии сформированности хотя бы одной компетенции	При наличии более 50% сформированных компетенций по дисциплинам, имеющим возможность до-формирования компетенций на последующих этапах обучения. Для дисциплин итогового формирования компетенций естественно выставлять оценку «удовлетворительно», если сформированы все компетенции и более 60% дисциплин профессионального цикла «удовлетворительно»	Для определения уровня освоения промежуточной дисциплины на оценку «хорошо» обучающийся должен продемонстрированн ых компетенций, из которых не менее 1/3 оценены отметкой «хорошо». Оценивание итоговой дисциплины на «хорошо» обучаемого всех сформированных компетенций причем общепрофессиональн ых компетенции по учетной дисциплине должны быть сформированы не менее чем на 60% на повышенном уровне, то есть с оценкой «хорошо».	Оценка «отлично» по дисциплине с промежуточным компетенций, может быть выставлена при 100% подтверждении наличия компетенций, либо при 90% сформированных компетенций, из которых не менее 2/3 оценены отметкой «хорошо». В случае оценивания уровня освоения дисциплины с итоговым формированием компетенций оценка «отлично» может быть выставлена при подтверждении 100% наличия сформированной компетенции у обучаемого, выполнены требования к получению оценки «хорошо» и освоены на «отлично» не менее 50% общепрофессиональн ых компетенций

Итоговый контроль по дисциплине

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине в 1 семестре является зачет. Итоговый контроль служит для проверки результатов изучения предмета в целом и проводится в форме зачета, позволяющего оценивать совокупность приобретенных студентов компетенций.

Содержание зачета:

1) перевод специального текста
2) реферирование специального текста
3) беседа в сфере повседневного, общественно- политического, социально – культурного и профессионального общения.

Каждый вопрос оценивается по 5-бальной системе и выставляется средний балл.

Проверяемые компетенции:

УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия

Примерные вопросы зачета:

1) Ознакомиться с содержанием материалов на иностранном языке (2-3 текста на профессиональную тему объемом 2.800- 3.500 печатных знаков), написать тези- сы сообщения/доклада на эту тему(в объеме 800-1000 печатных знаков), сделать краткое сообщение по составленным тезисам. Время подготовки 45 минут.
2) Принять участие в беседе с преподавателем на профессиональную (научно- производственную) тему на иностранном языке после прослушивания соответству- ющего аудиотекста полемического характера длительностью звучания до 5 минут.
3) Написать деловое письмо на иностранном языке (объемом 1000 печатных знаков), выразив в нем несколько указанных коммуникативных намерений по отно- шению к конкретному адресату. Время написания 10-15 минут

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«зачтено»	ставится, если обучающийся освоил программный материал всех разделов, знает отдельные детали, последователен в изложении программного материала, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.
«не зачтено»	если обучающийся не знает отдельных разделов программного материала, непоследователен в его изложении, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования ком- петенций по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной деятельности» проводится в форме теку- щей, рубежной и итоговой аттестации.

Контроль текущей успеваемости обучающихся – текущая аттестация - проводится в ходе семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знании; формирования у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке студентов и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

При изучении иностранных языков текущий контроль осуществляется как в устной, так и в письменной формах. Это чтение, переводы текстов, ответы на вопросы, различного вида фонетические и грамматические упражнения,

проверка знаний специальной лексики, реферирование текстов, беседы на профессиональные и повседневные темы.

Контроль за выполнением студентами каждого вида работ может осуществляться поэтапно и служит основанием для предварительной и рубежной аттестации по дисциплине.

Рубежная аттестация обучающихся проводится преподавателем в целях подведения промежуточных итогов текущей успеваемости студентов, анализа состояния учебной работы, выявления неуспевающих, ликвидации задолженностей.

К рубежному контролю относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- по результатам проведения рубежного контроля уровня усвоения знаний (с помощью тестирование, проведение контрольных работ по различным разделам дисциплины.);

Итоговая аттестация по дисциплине проводится с целью выявления соответ- ствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной деятельности» требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности):38.04.02 Менеджмент в форме зачета.

Зачет проводится после завершения изучения дисциплины в объеме рабочей учебной программы. Форма проведения зачета определяется кафедрой (устный-по билетам, либо путем собеседования по вопросам; письменная работа, тестирова- ние и др.). Оценка по результатам зачета носит недифференцированный характер -зачтено / не зачтено.

Все виды текущего и рубежного контроля осуществляются на практических занятиях. Итоговый контроль по дисциплине осуществляется в форме зачета (1 се- местр). Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические во- просы, позволяющие оценить уровень освоения студентами знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, студентами группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устра- нению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего, рубежного и итогового контроля по дисциплине для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фронде
1	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
2		Осуществляется по итогам каждого выступления. Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся темы, спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень вопросов для обсуждения, дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии полемики, диспута, дебатов.
3		Выполняются на практических занятиях по темам. А) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знания фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; Б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умение синтезировать, анализировать, обещать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей	Комплект типовых задач

4		Устный опрос по основным терминам может проводится в начале / конце лекционного или семинарского занятие в течение 15-20 мин. Либо устный опрос проводится в течение всего семинарского занятия по заранее выданной тематике. Выбранный преподавателем студент может отвечать с места либо с доски.	Вопросы по темам / разделам дисциплины
5		Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися	Фонд тестовых заданий
6		Проводится семинарских занятиях. Позволяет оценить уровень знаний студентами теоретического материала по дисциплине. Осуществляется на бумажных или электронных носителях по вариантам. Количество вопросов в каждом варианте определяется преподавателем. Отведенное время на подготовку определяет преподаватель.	Комплект вопросов к зачету
7		Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При оценок учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» ванными заданиями. Аудиторное время, отведенное студенту, на подготовку - 60 мин.	Комплект вопросов к зачету

5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1 – Основная и дополнительная литература

№	Наименование и полное библиографическое описание	Количество экземпляров в библиотеке
	Основная литература	
1	Учебно-методичекое пособие по английскому языку для магистров, обучающихся по направлению подготовки 07.04.01 – «Архитектура» / Зацепина Е.А., Ефтина Ю.В., Рудинова Ю.И. – 1-е изд. - М.: ГУЗ, 2025. – 126 с.	Эл. доступ через Интернет Эл. доступ через ЭБС
2	English for Business Studis. A Course for Business studies. Professional English. Cambridge Univ. Press. 2013-191 с. www. Cambridge.org	Эл. доступ через Интернет
3	Деловой английский: деловая переписка. Business English. Business Correspondence. Е.Г. Воскресенская, О.В. Фразе. Омск. 2012-228 с. http://biblioclub.ru/index.php? page= boorsid = 238159&sr=1	Эл. доступ через ЭБС университета
4	A. Kartavykh. L. Kartavykh. Short Russian – English $ English – Russian Dictionary for Managers M;2020 – 122 с.	100
5	Змеёва, Т. Е. Французский язык для экономистов. Практикум: учебное пособие для вузов / Т. Е. Змеёва, М. С. Левина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 239 с.	Эл. доступ через Интернет
6	Львова О. В. Немецкий язык для экономистов: учебник и практикум для вузов / О. В. Львова, Т. Н. Николаева, Г. Н. Махмутова; под редакцией О. В. Львовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 461 с.	Эл. доступ через Интернет
	Дополнительная литература	
1	Е.А. Разумовская. Английский язык. Деловая переписка (Business Correspondece.) М; 2007 – 55с.	50
2	Иванов, А. В. Немецкий язык для менеджеров и экономистов: учебное пособие для вузов / А. В. Иванов, Р. А. Иванова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 400 с.	Эл. доступ через Интернет
3	Змеёва, Т. Е. Французский язык для экономистов (B1-B2): учебник для вузов / Т. Е. Змеёва, М. С. Левина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 440 с.	Эл. доступ через Интернет

4	Гаврилов, А. Н. Английский язык для архитекторов. Architecture in Russia: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Н. Гаврилов, Н. Н. Гончарова, Т. М. Румежак ; под общей редакцией Н. Н. Гончаровой. — 2-е изд., испр. и доп. —Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 271 с. — (Высшее образование). — Текст :непосредственный	Эл. доступ через Интернет

6. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1 – Описание информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины

№	Адрес сайта и его описание	Перечень материалов представленных на сайте
1.	http://economicus.ru – сайт Института "Экономическая школа", Экономический портал	Представлена информация по широкому спектру экономических дисциплин: труды, биографии, портреты известных экономистов; профессиональный каталог экономических ресурсов Интернет; учебно-методические материалы для студентов; подборка словарей, энциклопедий, справочников по разнообразным направлениям экономики и смежных дисциплин.
2.	http://rucont.ru/gcollections - Национальный цифровой ресурс Руконт	Сайт предлагает быстрый доступ к публикациям по экономике, финансам, менеджменту и маркетингу.
	http://www.imf.org/ сайт международного валютного фонда	Предлагает обзор мировой экономики, международных валютных рынков, котировки валют
3.	http://www.book.ru/ - Издательство КНОРУС	Популярная электронная библиотечная система современной учебной и научной литературы. Соответствует федеральным государственным образовательным стандартам.
4.	www.znanium.com - издательство ИНФРА-М	Коллекция электронных версий изданий (книг, журналов, статей и пр.), сгруппированных по тематическим и целевым признакам.
5.	электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» (grebennikon.ru)	Библиотека литературы: книг, учебников, аналитических материалов, рефератов. Подборка ссылок на экономические ресурсы Интернета.

6.	ЭБС «ЮРАЙТ» (www.biblio-online.ru)	Виртуальная экономическая библиотека

7. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующее программное обеспечение: Microsoft Office (PowerPoint, Word и т. д), Open Office, Skype.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft Power Point, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

– сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;

– обработка текстовой, графической и эмпирической информации;

– подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;

– самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;

– использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

Информационные справочные системы

В ходе реализации целей и задач по дисциплине обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно-справочных систем, электронных библиотек и архивов.

Информационно-справочные и информационно-правовые системы:

– справочная правовая система ГАРАНТ (интернет-версия). URL: http://www.garant.ru

– Консультант Плюс. URL: http://www.consultant.ru/document

- Электронно-библиотечные системы (ЭБС): Университетская библиотека online и Знаниум.com

8. Для материально-технического обеспечения дисциплины «Информатика» используются:

Аудитория 3122 для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации, занятий практического типа:

Рабочее место преподавателя. Рабочие места обучающихся. Проектор – 1 шт., экран – 1 шт. Стенды образовательные. Ноутбук DELL Inspirion N5040. Microsoft Windows, Microsoft Office (академическая лицензия), Консультант Плюс, Гарант, Adobe Acrobat Reader DC (свободно распространяемое ПО).

Аудитории - помещения для самостоятельной работы обучающихся,

имеется подключение к сети «Интернет» и доступ в электронную информационно-образовательную среду:

Читальный зал. Рабочие места студентов. Компьютеры 12 шт. Microsoft Windows, Microsoft Office (академическая лицензия), Консультант Плюс, Гарант, Adobe Acrobat Reader DC (свободно распространяемое ПО).Доступна вся учебная и методическая литература, включая доступ к ЭБС.

Аудитории 2203-2212 (компьютерные классы) для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации, занятий практического типа:

Рабочее место преподавателя. Рабочие места обучающихся. Проекционная панель LG 43UK6390PLG – 1 шт., стационарный компьютер – 9 шт. Моноблок – 1 шт. Windows, Microsoft Office (академическая лицензия), Консультант Плюс, Гарант, Adobe Acrobat Reader DC (свободно распространяемое ПО), Autodesk Education 2019 (Autodesk AutoCAD, Autodesk Revit Architect, Autodesk Civil 3D, Autodesk 3ds MAX – академические лицензии), GRAPHISOFT (ArchiCad 24 Russian, Базовый BIMcloud, MEP Modeler – академические лицензии), Adobe Photoshop, CorelDRAW.

Аудитория 1126: Рабочее место преподавателя. Рабочие места обучающихся. Сканер – 2 шт. Компьютер – 12 шт. Microsoft Windows, Microsoft Office (академическая лицензия), CredoDAT, Adobe Acrobat Reader DC (свободно распространяемое ПО).

9. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиаматериалы также следует использовать и адаптировать с учетом индивидуальных особенностей обучения лиц с ОВЗ.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием

средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опор- но-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.